

Katedra: Katedra tělesné výchovy
Studijní program: [Ekonomika a management](#)
Studijní obor: Management sportovní

ZALOŽENÍ BOULDER CENTRA CREATING OF BOULDER CENTER

Bakalářská práce: 13-FP-KTV-496

Autor:
[Jan ROSINA](#)

Podpis:

Vedoucí práce: [Mgr. Radim Antoš](#)

Konzultant:

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
69	14	1	15	23	5

V Liberci dne: 27.12 2013

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan Rosina**
Osobní číslo: **P10000789**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management sportovní**
Název tématu: **Založení Boulder centra**
Zadávající katedra: **Katedra tělesné výchovy**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem bakalářské práce je vytvořit návrh pro vznik boulder centra v Liberci.
Na základě analýzy boulderových center v ČR vypracovat podklad pro založení boulder centra v Liberci.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

HOVORKOVÁ, Z., 2011. Založení malého podniku - boulder centrum. Brno: Vysoké učení technické v Brně. Fakulta podnikatelská. 91s. Vedoucí diplomové práce prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA.
KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M., 2007. Podnikatelský plán. 1. vyd. Praha: Computer Press. 427s. ISBN 978-80-251-1605-0.
SRPOVÁ, J., ŘEHOR, V., a kol., 2010. Základy podnikání. Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada. 427s. ISBN 978-80-247-3339-5.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Radim Antoš
Katedra tělesné výchovy

Datum zadání bakalářské práce:

25. dubna 2012

Termín odevzdání bakalářské práce:

27. dubna 2013


doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.
děkan

L.S.


PaedDr. Jindřich Martinec
vedoucí katedry

V Liberci dne 25. dubna 2012

Čestné prohlášení

Název práce: Založení boulder centra
Jméno a příjmení autora: Jan Rosina
Osobní číslo: P10000789

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 27.12 2013

Jan Rosina

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu práce panu Mgr. Radimovi Antošovi za odborné rady, připomínky a trpělivost při zpracování mé diplomové práce .

ANOTACE

Předložená bakalářská práce „Založení boulder centra“ se zabývá možnostmi založení sportovního střediska v centru Liberce. Cílem práce je příprava podnikatelského plánu pro založení boulder centra v Liberci. První část práce obsahuje shrnutí teoretických informací pro zpracování podnikatelského záměru a průzkum lezeckých center v České republice, včetně vyhodnocení konkurence. V analytické části jsou zpracovány analýzy obecného a oborového okolí budoucího podniku, analýzy silných a slabých stránek projektu a pro zjištění aktuálního charakteru poptávky po lezeckých stěnách na Liberecku bylo provedeno anketní šetření. V praktické části práce byl na základě shromážděných informací a výstupů analýz navrhnout podklad pro založení boulder centra v Liberci.

Klíčová slova: Podnikatelský plán, marketingový plán, bouldering

SUMMARY

The bachelor thesis "Foundation of Boulder center" explores the possibility of establishing a sports center in the city of Liberec. The aim of the work is preparation of the business plan for the establishment of boulder center in Liberec. The first part contains a summary of theoretical information for processing of the business plan and survey of climbing centers in the Czech Republic, including the evaluation of the competition. The analytical part presents the analysis of general and domain environment of the future enterprise, analyses of the project strengths and weaknesses, and for determination of current demand for climbing walls in the Liberec, questionnaire survey has been carried out. In practical part of the work, based on the information gathered and results of the analysis, suggestion for basis of establishing the boulder center in Liberec was made.

Keywords: Business plan, marketing plan, bouldering

Obsah

SEZNAM GRAFŮ, OBRÁZKŮ A TABULEK.....	9
ÚVOD.....	11
1 CÍLE PRÁCE.....	12
2 METODIKA PRÁCE.....	13
3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE.....	14
3.1 Vymezení termínu podnikatelský plán.....	14
3.2 Popis podniku.....	14
3.2.1 Název podniku, jeho sídlo a působíště.....	14
3.2.2 Předmět podnikání.....	15
3.2.3 Právní forma a vlastnické vztahy.....	15
3.3 Analýza trhu.....	15
3.3.1 SLEPT analýza obecného okolí.....	16
3.3.2 Porterův model konkurenčních sil.....	18
3.3.3 SWOT analýza podnikatelského prostředí.....	19
3.4 Operační plán.....	19
3.5 Finanční plán.....	19
3.6 Marketingový plán.....	19
3.7 Vymezení termínu bouldering.....	21
3.7.1 Horolezectví.....	21
3.7.2 Tradiční lezení.....	21
3.7.3 Sportovní lezení.....	21
3.7.4 Bouldering.....	23
3.7.5 Umělé stěny.....	24
3.7.6 Umělé stěny v Čechách.....	24
3.7.7 Typy umělých stěn.....	25
3.7.8 Konstrukce umělých stěn.....	26
4 PRŮZKUM LEZECKÝCH CENTER V ČR.....	28
5 VÝCHODISKA ZALOŽENÍ BOULDER CENTRA.....	35
5.1 Cílová skupina zákazníků.....	35
5.2 SLEPT analýza obecného okolí.....	35
5.2.1 Sociální faktory.....	35
5.2.2 Ekonomické faktory.....	36
5.2.3 Politické faktory.....	36
5.2.4 Legislativní faktory.....	36
5.2.5 Technické a technologické faktory.....	37
5.3 Porterův model konkurenčních sil.....	37
5.3.1 Vnitřní konkurence.....	37
5.3.1.1 Lezecká aréna Makak.....	37
5.3.1.2 Horolezecká stěna šutr.....	39

5.3.1.3 Lezecká stěna Harcov.....	41
5.3.2 Nová konkurence.....	42
5.3.3 Vyjednávací síly odběratelů.....	43
5.3.4 Vyjednávací síly dodavatelů.....	43
5.3.5 Riziko konkurence substitutů.....	43
5.3.6 Závěr z analýzy obecného okolí.....	43
5.4 Analýza poptávky – anketní šetření.....	44
5.4.1 Složení respondentů.....	44
5.4.2 Preferovaný typ lezeckých stěn.....	45
5.4.3 Preferovaný čas návštěvy boulder centra.....	45
5.4.4 Návštěvnost lezeckých stěn.....	46
5.4.5 Maximální cena za vstup.....	47
5.4.6 Používání informačních zdrojů.....	48
5.4.7 Návštěvnost lezeckých center v Libereckém kraji.....	48
5.4.8 Preference umístění boulder centra.....	49
5.5 Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí – SWOT analýza.....	50
5.5.1 Silné stránky.....	50
5.5.2 Slabé stránky	50
5.5.3 Příležitosti.....	51
5.5.4 Hrozby.....	51
5.6 Nejdůležitější závěry z analytické části.....	52
6 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU.....	53
6.1 Název podniku, jeho sídlo a působíště.....	53
6.2 Předmět podnikání.....	53
6.3 Právní forma a vlastnické vztahy.....	53
6.4 Proces vzniku podniku.....	54
6.5 Vedení a zaměstnanci.....	55
6.5.1 Náplň pracovních činností.....	55
6.5.2 Otevírací doba a rozvrh činností zaměstnanců.....	56
6.6 Marketingový plán.....	57
6.6.1 Produkt.....	57
6.6.1.1 Boulder stěna.....	57
6.6.1.2 Boulder bar.....	58
6.6.2 Cena.....	58
6.6.3 Distribuce.....	58
6.6.4 Marketingová komunikace.....	59
6.7 Finanční plán.....	59
6.7.1 Rozpočet potřeby startovního kapitálu.....	59
6.7.2 Předpokládané příjmy podniku.....	61
6.7.3 Předpokládané náklady podniku.....	62
6.7.4 Očekávaný výsledek hospodaření.....	63
7.1 Hodnocení rizik.....	64
ZÁVĚR.....	65
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	67
SEZNAM PŘÍLOH.....	69

SEZNAM GRAFŮ, OBRAZKŮ A TABULEK

Graf 1: *Počet lezeckých center v jednotlivých krajích*

Graf 2: *Počet obyvatel / m² lezecké stěny v jednotlivých krajích*

Graf 3: *Počet Boulderingových center v jednotlivých krajích*

Graf 4: *Počet obyvatel / m² boulderu v jednotlivých krajích*

Graf 5: *Ukazatel poměru boulderů v lezeckých centrech a samostatných boulder center*

Graf 6: *Podíl m² boulderových stěn na celkovém stavu m² všech lezeckých stěn v kraji*

Graf 7: *Vývoj lezecký center v Libereckém kraji*

Graf 8: *Preferovaný typ lezecké stěny*

Graf 9: *Návštěvnost dle denních dob*

Graf 10: *Četnosti návštěv lezeckých stěn*

Graf 10: *Maximální cena za 1 vstup*

Graf 12: *Používání informáčních zdrojů*

Graf 13: *Návštěvnost konkurenčních lezeckých center*

Graf 14: *Preference umístění boulder centra*

Seznam tabulek

Tabulka 1: *Věkové složení respondentů*

Tabulka 2: *Respondenty studované školy*

Tabulka 3: *Shrnutí SWOT analýzy*

Tabulka 4: *Přehled směn zaměstnanců*

Tabulka 5: *Kalkulace mzdových nákladů*

Tabulka 6: *Ceník vstupu na stěnu*

Tabulka 7: *Prostředky nutné k založení firmy*

Tabulka 8: *Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého majetku*

Tabulka 9: *Finanční prostředky k nákupu oběžného majetku*

Tabulka 10: *Finanční prostředky určené na zahájení podnikatelské činnosti*

Tabulka 11: *Rozpočet potřeby základního kapitálu*

Tabulka 12: *Počáteční rozvaha*

Tabulka 13: *Předpokládané příjmy v prvním roce*

Tabulka 14: *Předpokládané výdaje v prvním roce*

Tabulka 15: *Očekávaný výsledek hospodaření*

Seznam obrázků

Obrázek 1: *Umělá boulderingová stěna*

ÚVOD

S myšlenkou založení boulder centra v Liberci jsem si začal pohrávat již před několika roky. V té době, zhruba v roce 2010, jsem se začal aktivně věnovat slack-line. Sportu, který vzešel z lezecké komunity a dodnes k sobě mají tyto aktivity poměrně blízko. Zkráceně se jedná o moderní formu provazochodectví. Díky novým přátelům a lezcům, se kterými jsem se prostřednictvím slackline seznámil, jsem se později začal věnovat i lezení. A z důvodů nulového vybavení, zkušeností a strachu z výšek jsem se z počátku věnoval právě boulderingu. Oblíbenou oblastí byla Vesecká boulder oblast, kde jsem v letních měsících trávil hodně volného času. Změna nastala v podzimních a zimních měsících, kdy jsem začal navštěvovat umělé boulderingové stěny v Horolezecké stěně Šutr a v Lezecké aréně Makak. Zatímco boulder v Šutru svou velikostí a možnostmi přestal být brzy atraktivní, kvalitní boulderovka v Makaku byla zase moc vzdálená od centra města. Téhož roku jsem také poprvé navštívil největší umělou boulderingovou stěnu u nás „Lokal blok“ a byl jsem ohromen možnostmi lezení a celkovým pojetím centra. Tak mě poprvé napadla myšlenka na založení podobného podniku v Liberci.

V tomtéž roce jsem nastoupil na obor sportovní management, který je pod záštitou přírodovědné a pedagogické fakulty Technické univerzity v Liberci. Studium mě provedlo oblastí ekonomie a sportu a já jsem se mohl myšlenkou založení boulder centra zabývat hlouběji, než jen jako chvilkovým nápadem.

Sportovní i boulderingové lezení je sport, který se v poslední době těší velkému zájmu. Jedná se o bezpečnější alternativu k přírodnímu lezení pro začínající lezce, stejně jako výborný trénink pro lezce pokročilé. Toto tvrzení potvrzuje nárůst výstavby lezeckých stěn v Liberecké kraji po roce 2005.

Po ukončení studia na Technické univerzitě v Liberci bych rád pokračoval v navazujícím studiu. Na realizaci podnikatelského záměru tak pravděpodobně nebude dostatek času. Přesto jsem se rozhodl napsat tento podnikatelský plán a zkusit si své představy zrealizovat alespoň v duchu a dokázat si, jestli by to opravdu mohlo fungovat tak, jak jsem si představoval. Zároveň předpokládám své budoucí působení v oblasti sportu a je pravděpodobné, že bych tuto diplomovou práci mohl v budoucnu využít při založení vlastního podniku. Cílem této práce tedy bude posoudit, zda by tento projekt sportovního centra měl šanci na úspěch, co vše by pro jeho realizaci bylo třeba udělat a zda by mohl přinášet i nějaký zisk.

1 CÍL PRÁCE

Cílem bakalářské práce je vypracovat podklad pro založení boulder centra v Liberci.

Dílčí úkoly:

- 1) Shromáždit teoretické informace pro zpracování podnikatelského záměru
- 2) Provést průzkum lezeckých center v ČR a vyhodnotit konkurenci
- 3) Provést anketní šetření
- 4) Navrhnout podklad pro založení boulder centra v Liberci

2 METODIKA PRÁCE

Tato bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. První teoretická část je věnována shromáždění a zpracování odpovídajících teorií z odborné literatury. Jedná se především o vymezení pojmů vztahujících se k podnikatelskému plánu a k boulderingu a o objasnění účelu a struktury podnikatelského plánu.

V praktické části pak budeme postupovat převážně podle doporučené osnovy podnikatelského plánu, uvedené v první části. Průzkumem lezeckých center v České republice zjistíme aktuální situaci na tomto odvětví trhu volno-časových aktivit. Provedeme analýzu obecného okolí podniku a prostřednictvím Porterova modelu konkurenčních sil definujeme potenciální a reálnou konkurenci našeho podniku. Anketním šetřením poté odhadneme výši poptávky a její charakter a pomocí SWOT analýzy určíme silné a slabé stránky projektu. Na základě těchto analýz představíme sportovní lezecké centrum Boulder bar Salamander včetně poskytovaných služeb, marketingového plánu a finančního plánu.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

3.1 VYMEZENÍ TERMÍNU PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením a chodem podniku. (Hisrich 1996)

Jak řekl pan Hisrich, jedná se o písemný dokument obvykle tvořený podnikatelem, díky kterému můžeme komplexně posoudit reálnost a životaschopnost podnikatelského záměru. Jedná se o jeden z nejdůležitějších dokumentů jak začínajících, tak již zaběhlých společností. Problémy spojené s chybami v podnikatelském plánu, při zakládání společnosti mohou mít fatální následky. Proto je potřeba mít kvalitní a dobře zpracovaný podnikatelský plán. V podnikatelském plánu se zpracovávají vnitřní i vnější faktory související s podnikatelskou činností. Můžeme jej přirovnat k autoatlasu, který by nám měl usnadnit odpovědi na otázky typu: kde jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme. (Srpová, aj. 2010)

Jednotlivé podnikatelské plány se částečně mohou lišit, ale zpravidla slouží ke dvěma účelům. Uvnitř firmy se jedná o plánovací nástroj, který slouží k efektivnímu a strategickému řízení. Důležitý je zejména při založení podniku, nebo jako podklad pro rozhodovací proces při rozhodování o důležitých či dlouhodobých změnách. Externí uplatnění nalézá při shromažďování kapitálu pro podnik. Podnikatel svým podnikatelským plánem dokazuje reálnost a životaschopnost svého záměru před potencionálními investory, bankou nebo v případě zájmu o některý druh podnikatelské podpory. Je ovšem důležité si uvědomit, že podnikatelský plán by měl sloužit především podnikateli. Strategií některých firem je poskytovat stručný výtah z podnikatelského plánu zaměstnancům, aby se seznámili se strategií firmy a posílila se identita pracovníků. (Srpová, aj. 2010)

3.2 POPIS PODNIKU

3.2.1 NÁZEV PODNIKU, JEHO SÍDLO A PŮSOBIŠTĚ,

Název podniku sice úspěšné podnikání nezajistí, ale jedná se o důležitý marketingový tah.

Snahou je název, který se snadno dostane do podvědomí veřejnosti, lehce se vyslovuje, popřípadě lze zkrátit a upoutá pozornost, například názvem evokujícím činnost podniku,

atypickým fontem písma atd. Dobrým tahem je také zajistit si volnou internetovou doménu, vyvarovat se stejným nebo podobným názvům již existujících firem. Naopak místo podnikání je jedno z nejdůležitějších rozhodnutí při zakládání podniku. V potaz je třeba vzít nejen demografické faktory, ale i poptávku po dané službě a stav konkurence. (Hovorková 2011)

3.2.2 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

Předmět podnikání vymezuje činnost společnosti a určuje o jakou společnost se jedná. Předmětem podnikání může být například poskytování pohostinství, ubytování, potravinářství, sport a podobně. (Vše o s.r.o 2013)

3.2.3 PRÁVNÍ FORMA A VLASTNICKÉ VZTAHY

Před samotným založením podniku je nutné zvolit vhodný tip právní formy a vymezit vlastnické vztahy. Při rozhodování je třeba zvážit všechny pro i proti, brát ohled i na možnost budoucího rozvoje podniku, nebo přistoupení nového partnera. V případě více společníků ve firmě vymezit strukturu podniku (kapitálové vklady, ručení, funkce ve firmě). Podnik sice může později transformovat v jinou právní formu, ale to přináší samozřejmě i náklady. (Hovorková 2011)

V současnosti se v České republice bezesporu stává čím dál více oblíbenou formou podnikání společnost s ručením omezeným. Vypovídá o tom i fakt, že z 300 tisíc registrovaných obchodních společností jich přes 90% tvoří právě s.r.o. Jejich počet navíc roste každým rokem o pět a více procent. (Vše o s.r.o 2013)

3.3 ANALÝZA TRHU

Analýza trhu je klíčové pro úspěšný start podniku. Trh je místo, kde se střetává nabídka s poptávkou a cílem analýzy je prozkoumat jeho charakter, strukturu a fungování. Zjišťuje se především síla tržní konkurence, silné stránky ostatních společností, mezery na trhu, rozbor koncových zákazníků a marketingové strategie. Analýza tedy znamená rozbor složitějších skutečností na jednodušší. (Koráb 2007)

Analýza je neodmyslitelnou součástí téměř každého lidského konání a provádíme je prakticky na každém kroku. Výstupy analýzy, v případě plánování podnikatelského záměru, bývají výrazně strukturovanější a formalizovanější, než výstupy analýzy při dennodenních rozhodování. Už samotný nápad založit si podnik byl bezesporu spojen s určitou, možná i ne zcela uvědomělou analýzou situace, možností a prvotních

podmínek typu „co by to znamenalo, kdyby“. Hlavním cílem analýzy je zajistit si dostatečný přehled o naší konkurenci, dodavatelích a potenciálních zákaznících. Zároveň také prozkoumat a zpracovat příležitosti a hrozby pro náš podnik a vymezit náš potenciální a dostupný trh s jeho charakteristikami a trendy. (Koráb 2007)

3.3.1 SLEPT ANALÝZA OBECNÉHO OKOLÍ

Někdy též PEST analýza, je nástrojem sloužícím k analýze externích faktorů působících na firmu, respektive firma působí vně těchto faktorů. Zkratka má svůj původ v anglických slovíčkách social, legal, economic a technology, avšak v tomto případě „sedí“ na zkratku i české termíny, které vymezují oblasti zájmu externí analýzy. (Koráb 2007)

Tyto oblasti jsou:

Sociální faktory:

1. Demografické charakteristiky jako např.:

- velikost populace
- věková struktura
- pracovní preference
- geografické rozložení
- etnické rozložení

2. Makroekonomické charakteristiky trhu práce

- rozdělení příjmů
- míra zaměstnanosti – nezaměstnanosti

3. Sociálně-kulturní aspekty jako např.:

- životní úroveň
- rovnoprávnost pohlaví
- populační politika

4. Dostupnost pracovní síly, pracovní zvyklost jako např.:

- dostupnost potenciálních zaměstnanců s požadovanými schopnostmi a dovednostmi
- existence vzdělávacích institucí schopných poskytnout potřebné vzdělání
- diversita pracovní síly

Legislativní faktory:

- existence a funkčnost podstatných zákonných norem jako např.:
- obchodní právo
- daňové zákony
- deregulační opatření
- legislativní omezení (distribuce, ekologická opatření...)
- právní úprava pracovních podmínek (BOZP...)
- funkčnost soudu
- vymahatelnost práva
- autorská práva

Ekonomické faktory:1. Základní hodnocení makroekonomické situace:

- míra inflace
- úroková míra
- obchodní deficit nebo přebytek
- rozpočtový deficit nebo přebytek
- výše HDP, HDP na jednoho obyvatele a jeho vývoj
- minová stabilita
- stav směnného kursu

2. Přístup k finančním zdrojům jako např.:

- náklady na místní půjčky
- bankovní systém
- dostupnost a formy úvěrů

3. Daňové faktory jako např.:

- výše daňových sazeb
- vývoj daňových sazeb
- cla a daňová zatížení

Politické faktory:1. Hodnocení politické stability jako např.:

- forma a stabilita vlády
- klíčové orgány a úřady

- existence a vliv politických osobností
- politická strana u moci

2. Politicko-ekonomické faktory jako např.:

- postoj vůči privátním a zahraničním investicím
- vztah ke státnímu průmyslu
- postoj vůči privátnímu sektoru

3. Hodnocení externích vztahu jako např.:

- zahraniční konflikty
- regionální nestabilita

4. Politický vliv různých skupin

Technologické faktory:

- Podpora vlády v oblasti výzkumu
- Výše výdajů na výzkum (základní, aplikovaný)
- Nové vynálezy a objevy
- Rychlost realizace nových technologií
- Nové technologické aktivity

(Zich 2007)

SLEPT vymezení oblastí analýzy není pochopitelně přísně disjunktní (takže například otázka posouzení daní může být podnikatelem chápána jako legislativní nebo ekonomický faktor – v konečném důsledku to však není vůbec podstatné. (Koráb 2007)

3.3.2 PORTERŮV MODEL KONKURENČNÍCH SIL

Porterův model konkurenčních sil je základní a zároveň jeden z nejpoužívanějších nástrojů pro analýzu konkurence. Porterův model zohledňuje 5 zobecněných oblastí, v nichž je třeba posuzovat hrozby ze strany existujících podniků a možný vznik budoucí konkurence našeho podniku. Další hrozby jsou vyjednávací síla odběratelů i dodavatelů a poslední je riziko substitutů. (Koráb 2007)

3.3.3 SWOT ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ

Nejčastěji používaným nástrojem analýzy je tzv. SWOT analýza. Metoda spočívá v rozdělení jednotlivých faktorů do 4 základních skupin a jejich ohodnocení. Jedná se o komplexní postup. Jde o obecný analytický rámec a postup, kdy zkoumáme charakter jednotlivých faktorů a přiřazujeme jim významnost z pohledu silných (strengths) a slabých (weaknesses) stránek zkoumaného objektu-tedy podnikatelského plánu. Dále na podnikatelský záměr nahlížíme z pohledu příležitostí (opportunities) a hrozeb (threats), kterým bude podnik vystaven. (Koráb 2007)

Přitom je třeba si uvědomit, že:

Nad silnými a slabými faktory máme určitou kontrolu a můžeme je sami o sobě ovlivňovat. Nazýváme je interní faktory např. Naše manažerské schopnosti, schopnosti zaměstnanců. Hrozby a příležitosti naopak nemůžeme přímo ovlivnit, jsou tedy externími vlivy. Můžeme na ně však reagovat v rovině přizpůsobení záměru (například situace na trhu práce, legislativa). (Koráb 2007)

SWOT analýza vychází z předpokladu, že podnik dosáhne předpokládaného úspěchu maximalizací předností a příležitostí a minimalizací nedostatků a hrozeb. (Hovorková 2011)

3.4 OPERAČNÍ PLÁN

Operační plán je základním podkladem pro provádění úkonů spojených se zakládáním a chodem podniku. V podstatě se jedná o rozpracování strategie podnikatelského záměru a jeho realizaci v čase. Plán znázorňuje návaznost jednotlivých operací, jejich detaily a vzájemné souvislosti. Odpovídá na otázky jak má vypadat zázemí pro poskytované služby? Jaké stroje a vybavení bude potřeba? V jakém množství? Jaké legislativní požadavky musí podnik splňovat? (Koráb 2007)

3.5 FINANČNÍ PLÁN

Důležitá součást podnikatelského plánu. Bez kvalitně zpracovaného finančního plánu nemáme přehled o množství potřebných investic ani o návratnosti projektu. Finanční plán ukazuje ekonomickou životaschopnost podniku.

3.6 MARKETINGOVÝ PLÁN

Je strategický plán, kterým firma zamýšlí prorazit na trhu. Obvykle odpovídá na otázky, jak může podnik získat zákazníky? Za jakou cenu? Jakým druhem reklamy?

Marketingové plány se mohou lišit dle velikosti a charakteru podnikání, oblastí podnikání, počátečním kapitálu atd. Obvyklé je také rozpracování marketingového plánu do různých fází vývoje podniku, jako je vstup na trh a jeho etablování se na trhu, či na pozdější prosazení již etablovaného podniku a jeho rozvoj z dlouhodobého hlediska. (Koráb 2007)

Jedním z nejoblíbenějších nástrojů u podnikatelů je marketingový mix. Jedná se o analytický a syntetický (tedy návrhový) nástroj a umožňuje podnikatelům uchopitelným přístupem formulovat strategii jejich podniku. I když je v dnešní době často zpochybňován, především od jeho dřívějších promotérů marketingu podniku, stále se jedná o jeden z nejlepších nástrojů. (Koráb 2007)

Marketingový mix charakterizuje pozici produktu na trhu a snahu o zvýšení poptávky po něm. První a nejznámější marketingový mix je tzv 4P. Marketingový mix 4P kombinuje, koordinuje a operuje se čtyřmi nástroji produkt (product), cena (price), distribuce (place) a propagace (promotion). (Srpová, aj. 2010)

- **Produkt** – je nejdůležitější složkou marketingového mixu, tvoří podstatu firemní nabídky na trhu a uspokojuje potřeby zákazníků.
- **Cena** – je zdrojem příjmu podniku, podnik si svou cenu stanovuje samostatně a určuje tak svou pozici na trhu a vymezuje se vůči konkurenci.
- **Distribuce** – zabývá se otázkou jakým způsobem se produkt dostane ke koncovému zákazníkovi.
- **Propagace** – je nejviditelnější složka marketingového mixu, často se zaměřuje s pojmem reklama, marketingová propagace je však mnohem širší pojem, zahrnující právě reklamu. Je to systém komunikačních metod, nástrojů a prostředků jimiž se firma snaží upoutat pozornost zákazníků. Cílem je ovlivnit nákupní chování zákazníků.

(Srpová, aj. 2010)

3.7 VYMEZENÍ TERMÍNU BOULDERING

3.7.1 HOROLEZECTVÍ

Jedna ze základních definic horolezectví je pohyb horolezeckým terénem. Dle této definice by se tedy člověk této činnosti věnoval prakticky odjakživa a to spíše z existenčních důvodů. Ještě starší a poněkud volnější definice je, že horolezectví je aktivita vedoucí k výstupu na vrchol hory. Co však je motivací k onomu výstupu? Z dnešního hlediska se nejčastěji setkáme s dělením, dle přístupu samotných lezců, na sportovní lezení a lezení tradiční. Tradiční lezení během svého vývoje prošlo několika etapami a z původního jediného cíle, zdolání vrcholu hory, se tak horolezectví rozrostlo v širokou paletu sportovních disciplín. Současné horolezectví (resp. lezení) zahrnuje veškeré lezení od velmi krátkých a fyzicky extrémně náročných cest až po expediční lezení ve velehorách. (Vomáčko 2008)

3.7.2 TRADIČNÍ LEZENÍ

Při tradičním lezení není rozhodující sportovní hodnota výstupu, nebo jeho fyzická náročnost a lezecká obtížnost. Důležitá je technická, fyzická a především psychická připravenost lezce. Na rozdíl od sportovního lezení u tradičního lezení si lezec sám musí zakládat postupové jištění a při tom se rozhodovat kam jej umístit a zda-li je jištění dostatečné. Tradiční lezení můžeme dále rozdělit do dalších kategorií nesoutěžního (výkonnostního) lezení jako např: výškové horolezectví, mixové lezení, lezení vícedélkových cest nebo v Čechách populární pískovcové lezení. (Horolezecká metodika 2013)

3.7.3 SPORTOVNÍ LEZENÍ

Sportovní lezení je podskupinou lezeckých aktivit s danými pravidly, která je provozována na umělých stěnách. Smyslem sportovního lezení je především důraz na hodnotu vlastního sportovního výkonu, hlavně jeho fyzickou část, při zachování maximální bezpečnosti při lezení. Při sportovním lezení se lezec obvykle pohybuje v dobře zajištěném neboli „zanýtovaném“ terénu, čímž odpadá psychický tlak a lezec se tak může soustředit na každý následující krok. I díky tomu se dnes tento styl těší značné popularitě, protože umožňuje lezení i psychicky méně odolným jedincům. (Vomáčko 2008)

První závody světové úrovně na umělé stěně pod střechou v hale se konaly na podzim 1987 v Grenoblu a od roku 1988 se už závody konají pouze na umělých stěnách.

(Vomáčko 2008)

Dnes má sportovní lezení své ustálené soutěžní disciplíny, zařazené do systému závodů, a to od oblastních až po závody světového poháru (SP) a mistrovství světa (MS). Závodů světového poháru na obtížnost je obvykle sedm, v boulderingu pět a v rychlostním lezení čtyři. Mistrovství světa se koná každé dva roky, střídá se s mistrovstvím Evropy a dalších kontinentů. (Vomáčko 2008)

Jak již bylo řečeno dnes se lezecké závody konají na umělých lezeckých stěnách a to v těchto disciplínách.

Lezení na obtížnost

Dnešní závody na obtížnost jsou řešeny po vzoru prvního závodu svého druhu z roku 1985 v Bardonecchie. Lezec usiluje o vylezení cesty (popřípadě co nejvýše), kterou nikdy před tím neviděl a ani jí neviděl nikoho lézt, tzv „on-sight“. Během samotného lezení je zbytek lezců v tzv „izolaci“ právě z těchto důvodů (lezci by také neměli komunikovat s lezcem, který již cestu zkoušel lézt). Samotný lezec si poté cestu může prohlédnout až před samotným startem každého kola. Soutěž probíhá tříkolově – kvalifikace, semi–finále a finále. (Vomáčko 2008)

Lezení na rychlost

Divácky velice atraktivní soutěž. Jediné kritérium je vylézt danou cestu bez pádu co nejrychleji. Závodníci startují vedle sebe ve stejný čas a oba před sebou mají totožnou lezeckou cestu. V prvním kole je kvalifikace, dle které se lezci rozdělí do „pavouka“ a dále se pokračuje klasickým KO stylem až zbude jeden lezec – vítěz. (Vomáčko 2008)

Bouldering

Původně pouhý lezecký trénink. Dnes je bouldering mladá dynamicky se rozvíjející lezecká disciplína. Cílem závodníka je překonat co nejvíce boulderů, tzv boulder problémů, na co nejmenší počet pokusů. Překonat znamená dosáhnout topu (vrcholový chyt) a boulder problém je obvykle krátká cesta o dvou až třech lezeckých krocích, která klade velké nároky na lezcovy silové a koordinační schopnosti a dovednosti. Soutěží se dvoukolově. (Vomáčko 2008)

Soutěžní disciplíny (kromě lezení na rychlost) mají samozřejmě i své nesoutěžní podoby. Při lezení na obtížnost se jedná o vylezení co nejtěžší cesty (bereme–li v potaz

sportovní způsob lezení), při boulderingu jde o přezení velmi obtížných a lezecky problematických míst relativně nízko nad zemí. (Vomáčko 2008)

3.7.4 BOULDERING

Díky své nenáročnosti a nízkých počátečních nákladech dnes bouldering stoupá na popularitě. Jedná se také o jeden z nejjednodušších a nejbezpečnějších způsobů jak začít s lezením. S trochou nadsázky lze říci, že potřebujeme pouze ruce, nohy a objekt na kterém budeme boulderovat.. Název „bouldering“ je odvozen od anglického slova boulder, neboli „balvan“ či „kámen“. Jedná se o formu lezení nízko nad zemí, bez nutnosti jištění lanem, tedy s možností odskoku na zem či na měkkou podložku. Z počátku se jednalo pouze o součást lezeckého tréninku, především při rozvoji svalové síly a koordinace. S rostoucí popularitou lezení a s rostoucími požadavky lezců, kteří přelézali stále těši a technicky náročnější úseky, rostly i jejich požadavky na trénink. I díky tomu se později bouldering stal samostatným sportovním odvětvím a v současnosti představuje významnou a oblíbenou disciplínu ve sportovním lezení na umělých stěnách. (Synková 2006)

Z dnešního hlediska lze bouldering rozdělit do následujících podkategorií.

Bouldering na umělých stěnách

Stěna je obvykle 2-5metrů vysoká s bezpečným dopadem na žíněnku. Stěna je pokryta velkým množstvím chytů a jejich označení značí obtížnost a linii jednotlivých boulderů.

Bouldering na přírodních „bouldrech“

Jedná se o oblézání přírodních materiálů bez nutnosti jištění. Do této kategorie patří i v poslední době populární boulderování na útesech u vodních ploch, kdy lezec seskakuje do vody. Stejně tak do této kategorie patří i tzv. traverzování, které je někdy uváděno jako samostatný druh boulderingu a často je považován za vytrvalostní trénink.

Ice bouldering

V Čechách ne moc rozšířený druh boulderingu. Jedná se o lezení v ledovém terénu za použití speciálních zbraní cepínů a maček se stejnými pravidly jako klasický bouldering.

Buildering

Poněkud rozporuplný a v mnoha zemích nelegální. Jde o lezení po budovách (anglicky building), stavbách nebo jiných umělých objektech.

(Synková 2006)

3.7.5 UMĚLÉ STĚNY

Lezení na umělých stěnách má oproti lezení v přírodě několik výhod, díky kterým se umělé stěny mohly rozvíjet. Pro nováčky představují nejjednodušší a nejbezpečnější způsob jak začít s lezením. Lezecká centra jsou dnes v každém větším městě, odpadá proto přesun lidí a materiálu do lezeckých oblastí a lezení se stává časově méně náročnější. Můžeme také lézt bez ohledu na roční období nebo špatné počasí a umožňují lezení v oblastech bez skal. Další výhodou umělých stěn je bezesporu možnost postavit si různě obtížné cesty, které vrcholovým lezcům umožňují systematický sportovní trénink. Lezení na umělých stěnách má samozřejmě i své nevýhody. Mezi nejčastější se uvádí omezení prožitku. Lezení na umělých stěnách neumožňuje vnímání přírodního prostředí, tak jak jej prožívají lezci na skutečných skalách a snižují tím hloubku prožitku z lezení. Prostředí lezeckých center bývá také často velice prašné, díky používání magnézia. Tomu se v posledních letech snaží centra bránit omezením používání drceného magnézia a požadují po lezcích používání pouze speciálních kuliček s magnéziem nebo tekutého magnézia. (Vomáčko 2008)

První vnitřní lezecká stěna vznikla v tělocvičně Uralského technického institutu v Jekatěrinburgu. Po tomto velkém zlomu začali vznikat další a další stěny, ale skutečný rozvoj lze sledovat až od počátku let osmdesátých. (Vomáčko 2008)

Stěny v té době vznikaly především za účelem pořádání závodů a k tréninku vrcholových lezců, oproti dnešku, kdy jsou lezecká centra přístupná široké veřejnosti. Dnes už zcela obvykle lezecká centra vedou lezecké kroužky pro děti a kurzy lezení pro dospělé, čímž pomáhají rozšířit podvědomí o lezení na umělých stěnách a nalákat nové lezce. Pro nováčky jsou také obvykle přítomni školení instruktoři a řada center umožňuje a je využívána pro školní výuku. (Antoš 2012)

3.7.5 UMĚLÉ STĚNY V ČECHÁCH

První stěna v České republice vznikla na konci osmdesátých let na pilíři nepostaveného mostu poblíž Brna a první lezecké centrum se otevřelo v roce 1990 v Lomnici nad Popelkou. Od té doby se začaly lezecké stěny stavět především ve městech v

blízkosti skal a tedy s lezeckou tradicí. Opravdový rozvoj staveb nastal v druhé polovině devadesátých let a umělé lezecké stěny se začaly stavět i v městech s nelezeckou tradicí. Lezecké stěny se tedy začaly stavět spíše za komerčním účelem a na konci devadesátých let začaly pedagogické fakulty nabízet kurzy lezení a tímto se lezení stalo dostupnou volno-časovou aktivitou pro celou společnost. Dnes se v Čechách nachází několik společností zabývajících se stavbou lezeckých stěn a v každém kraji v České republice se nachází alespoň čtyři lezecká centra. (Antoš 2012)

3.7.6 TYPY UMĚLÝCH STĚN

Umělé stěny se po celou dobu svého vývoje především přizpůsobovaly potřebám lezců. V dnešní době jsou stěny součástí lezeckých obchodů, parků, škol i sportovních hal, mohou být také zajímavou součástí prezentací různých firem. (Vomáčka 2008)

Základní rozdělení lezeckých stěn dle Vomáčka (2008):

1. Základní rozdělení stěn pro sportovní využití

Boulderingové stěny

Slouží k tréninku, mají velmi převislé profily, dosahují výšky max. 4 m, leze se na nich bez jištění lanem, padá se do dušen.

Velké stěny

Dosahují větší výšky než 4 m, nutné je jištění lanem. Podle profilů je můžeme rozdělit na školní, komerční a závodní. Školní stěna má jednodušší profily (položený, kolmý, mírně převislý, kouty, hrany atd.), komerční stěna poskytuje celé spektrum profilů a velké množství různě obtížných cest. Závodní stěna má převážně převislé profily, pro lezení veřejnosti může být nevhodná. Pro závody se pak mnohdy využívají velké komerční stěny, jen se upraví počet chytů a obtížnost lezeckých cest.

2. Stěny, které tvoří součást firemních prezentací

Stěny, které tvoří součást firemních prezentací (např. na výstavách), dosahují výšky cca 6 metrů a nabízejí několik lezeckých cest. Lezci jsou jištění lanem.

3. Stěny jako součást dětských hřišť

Jsou určené hlavně dětem, malé stěny mohou být součástí systému prolézaček. Na obou těchto stěnách se leze bez jištění lanem.

4. Stěny jako součást lezeckých obchodů

Často se jedná o dekoraci prodejny, ale částečně jsou tyto stěny využívány pro zkoušení obuvi, sedacích úvazků, karabin atd. Jedná se o malé stěnky s max. výškou 2,5 m, které nejsou dimenzované pro skutečné lezení.

5. Nafukovací stěny

Můžeme se také setkat s různými nafukovacími stěnami, které mají např. tvary kreditní karty, láhve od Cola–Coly, bájného hradu apod.

(Vomáčko 2008)

3.7.7 KONSTRUKCE UMĚLÝCH STĚN

Mezi teoretická východiska k provozování lezeckých stěn patří bezesporu i znalost konstrukcí stěn. (Vomáčko 2008)

Kostra stěny

Tvoří základ lezecké stěny stěny. Přenášejí se do ní zatížení způsobené lezcem a pokud se zvolí konstrukce samonosná, minimalizují se tím nároky na nosnost stěn a stropu. V dnešní době se konstrukce vyrábějí z celé řady materiálů. U boulderových stěn se nejčastěji setkáme s dřevěnými trámy a fošnami. Jejich hlavní nevýhoda je obtížné vytváření zaoblených profilů. Mezi další materiály patří použití perforovaných a jacklových profilů. Dále Betonové konstrukce a dřevěné kůly, které najdeme především na venkovních dětských hřištích a lanových centrech. (Vomáčko 2008)

Opláštění stěny

V našich podmínkách se nejčastěji používá překližka a to především z důvodu nízké pořizovací ceny. Pro povrchovou úpravu se používá používá pískování a nátěr disperzní zdravotně nezávadnou barvou, pro bouldrovací stěny pak pouze nátěr. Můžeme se ale setkat i s lisovanou dřevotřískou pod označením DTB nebo OSB. Její nižší cenu bohužel vyrovnávají výrazně horší mechanické vlastnosti. Opakem jsou například laminátové desky, které se ale v Čechách používají jen málo, právě z důvodu vyšší

pořizovací ceny. U nekrytých venkovních stěn se můžeme setkat s opláštěním z překližky, která je povrchově upravena laminací a má tloušťku 16–18 mm. (Vomáčko 2008)

Chyty

Jedna z nejdůležitějších částí stěny. Kvalitu stěny určuje z velké části variabilita lezeckých cest a ta je tvořena právě chyty. Chyty se dnes nejčastěji vyrábí ze směsi polyesteru, plastbetonu nebo epoxidové pryskyřice a rozlišují se dle velikostí od nejmenších po největší na micro, XS, S, M, L, XL, makro, mega. (Vomáčko 2008)

Obrázek 1: *Umělá boulderingová stěna. Zdroj: Lokal blok (2013)*



4 PRŮZKUM LEZECKÝCH CENTER V ČR

Cílem průzkumu bylo charakterizovat boulderová centra v ČR a jejich vztah k lezeckým centrům.

Dílčí úkoly:

Zjistit počet lezeckých a boulderových center v jednotlivých krajích ČR

Zjistit poměr počtu obyvatel na 1m² lezecké stěny v jednotlivých krajích ČR

Porovnat vztah boulderingových a lezeckých center v jednotlivých krajích ČR

Metodika:

Sběr dat proběhl v říjnu 2013 na základě webového průzkumu. Pro zhotovení přehledu lezeckých stěn proběhl průzkum internetových portálů, diskuzních fór, sylabů vysokých škol a významnou součástí byly také sociální sítě. Během průzkumu probíhala emailová komunikace se správci stěn, vedoucími lezeckých oddílů a kroužků a dalšími provozovateli lezeckých stěn. Na základě těchto dat byly vytvořeny grafy porovnávající jednotlivé ukazatele.

Charakteristika:

Lezecké centrum je charakterizováno lezením s nebo bez použití horolezeckého lana po umělé lezecké stěně, otevírací dobou pro veřejnost a svými funkčními webovými stránkami, na kterých je uveden ceník a otevírací doba. U jednotlivých center se rozlišovalo jestli se jedná o vnitřní/venkovní, boulderingovou/klasickou lezeckou stěnu.

Výzkum:

Internetovým průzkumem byl v každém kraji ČR zjišťován počet lezeckých center, jejich parametry a potencionální vytiženost vzhledem k počtu obyvatel v kraji. Do konečných statistik prošlo 105 lezeckých center.

Výsledky:

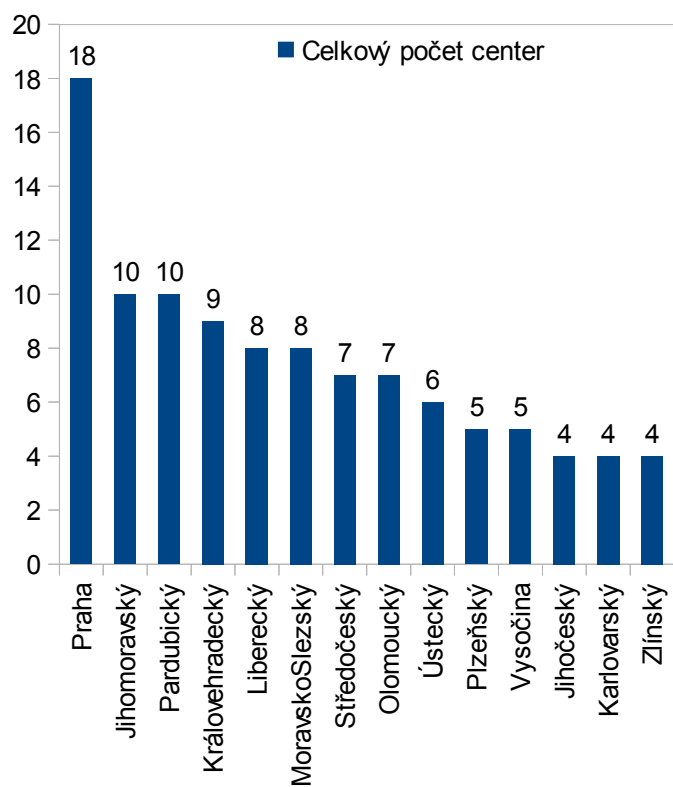
Vysoké stěny

Z grafů 1,2 níže, lze vyčíst postavení jednotlivých krajů ČR. Nejvíce lezeckých center má tradičně Praha, která se svými 18 centry, což je více než dvojnásobek průměru v ČR, zaujímá suverénně první příčku. I přes její velikou hustotu obyvatelstva stále nabízí krásný poměr 98 obyvatel na 1m^2 stěny. Dále můžeme vyčíst poměrně velký rozvoj lezeckého sportu, kdy má každý kraj alespoň 4 lezecká střediska, splňující status lezeckého centra. Nejméně, tedy 4 centra, mají kraje Zlínský, Karlovarský a Jihočeský, o jedno více mají kraje Plzeňský a kraj Vysočina, jinak lze říci, že je poměr lezeckých center poměrně vyrovnaný.

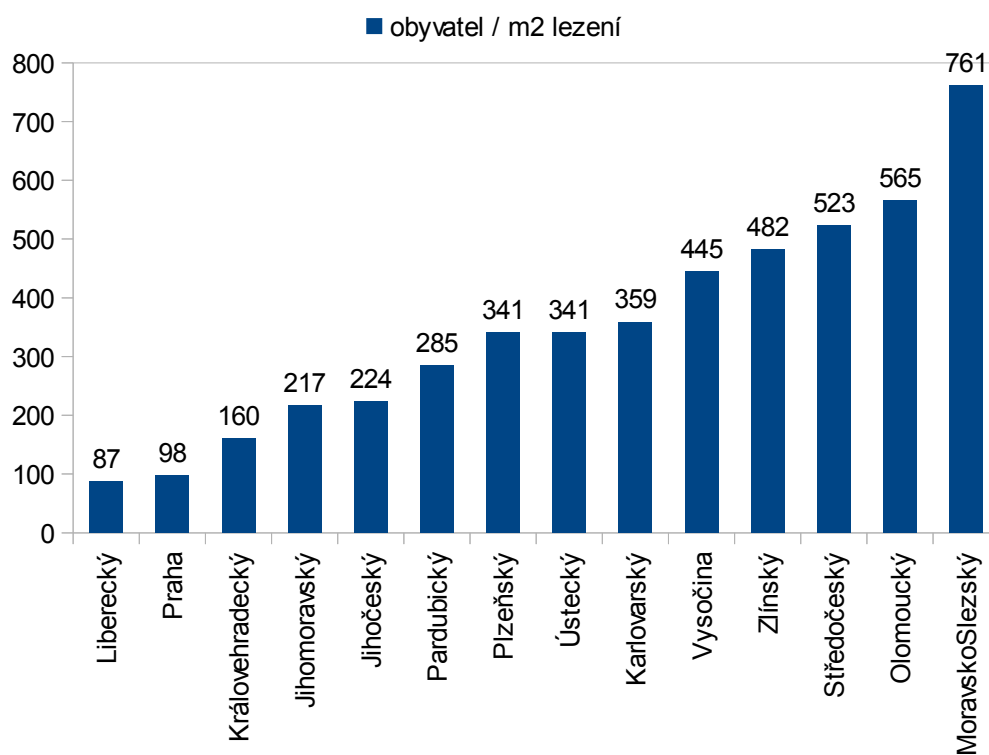
Z hlediska počtu obyvatel na 1m^2 stěny si však tyto kraje vedou lépe. Nejlépe si stojí Liberec s 87 obyvateli na 1m^2 stěny, následovaný Prahou, Královéhradeckým, Jihomoravským a Jihočeským krajem. Na poslední místě je s velkým odstupem Moravsko-Slezský kraj, kde se projevuje počet a velikost stěn ku počtu obyvatel kraje – K 1.1 2013 byl Moravsko-Slezský kraj 3.nejlidnatější v ČR, oproti např Liberecku, které se řadí k nejméně zabydleným krajům v ČR. K 1.1 2013 čítal 438594 obyvatel, což je druhé nejmenší číslo v ČR

V průměru tedy na každý kraj připadá 7,5 lezeckého střediska a $3\,124\text{m}^2$ lezecké stěny, z toho 468m^2 boulderové stěny.

Graf 1: Počet lezeckých center v jednotlivých krajích



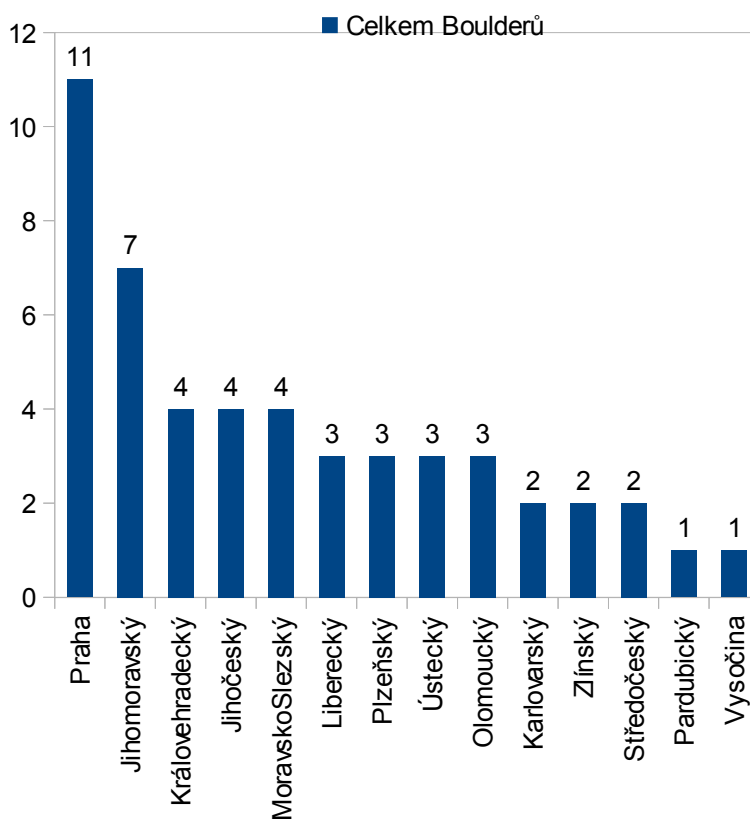
Graf 2: Počet obyvatel / m2 lezecké stěny v jednotlivých krajích



Boulderingové stěny

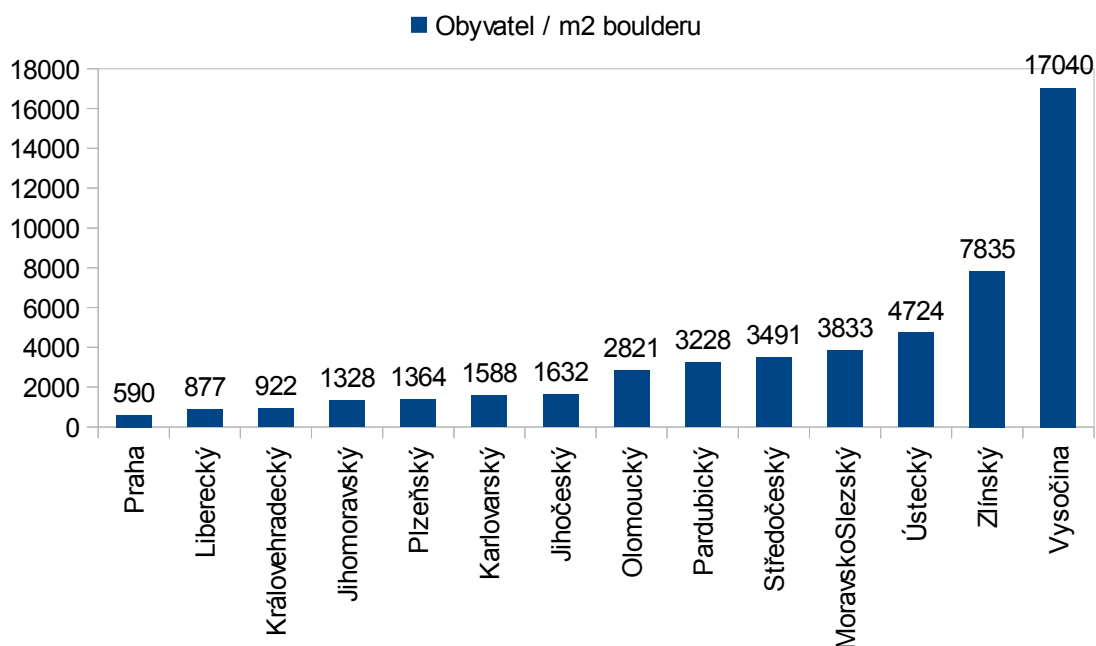
Co se týče počtu boulderingových stěn, opět suveréně největší počet má Praha, následovaná Jihomoravským krajem. Ostatní kraje se pohybují v rozmezí 1-4 boulder centra. (graf 3) V průměru tedy na jeden kraj připadá 3,5 boulder centra s 468m^2 boulderingové stěny.

Graf 3: Počet boulderingových center v jednotlivých krajích



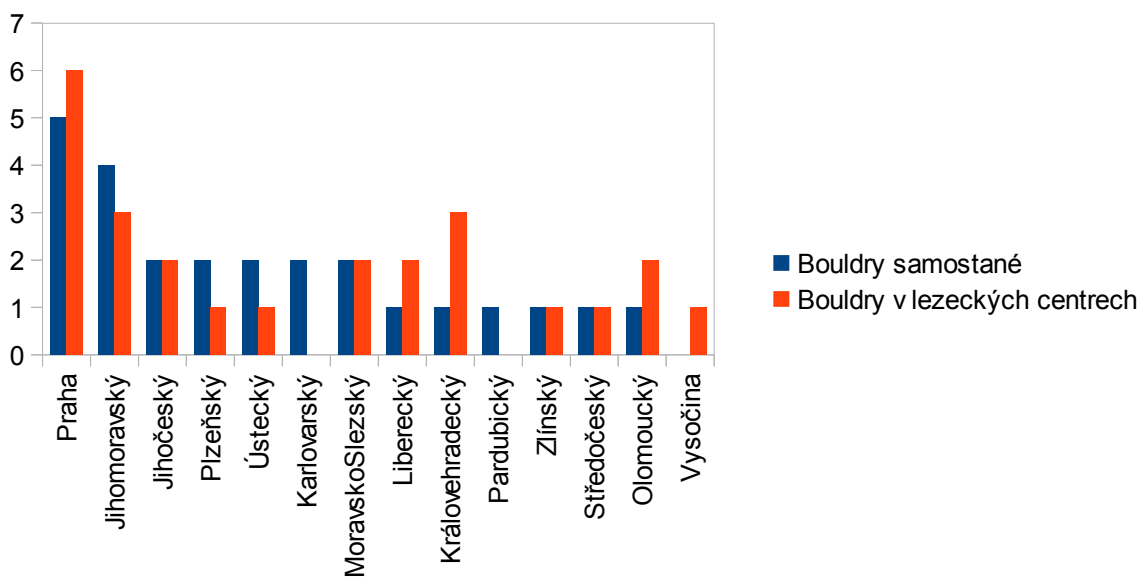
Z grafu 4 je patrné, že u boulderových lezeckých stěn se z pohledu obyvatel na m^2 stěny mnoho nezměnilo, na prvních 4 příčkách je opět Praha, Liberecký, Královehradecký a Jihomoravský kraj. Dalo by se tedy říci, že tyto kraje jsou sportovnímu lezení na umělých stěnách nejvíce nakloněny. Naopak nejvíce zaostává kraj Zlínský a kraj Vysočina.

Graf 4: Počet obyvatel / m2 boulderu v jednotlivých krajích



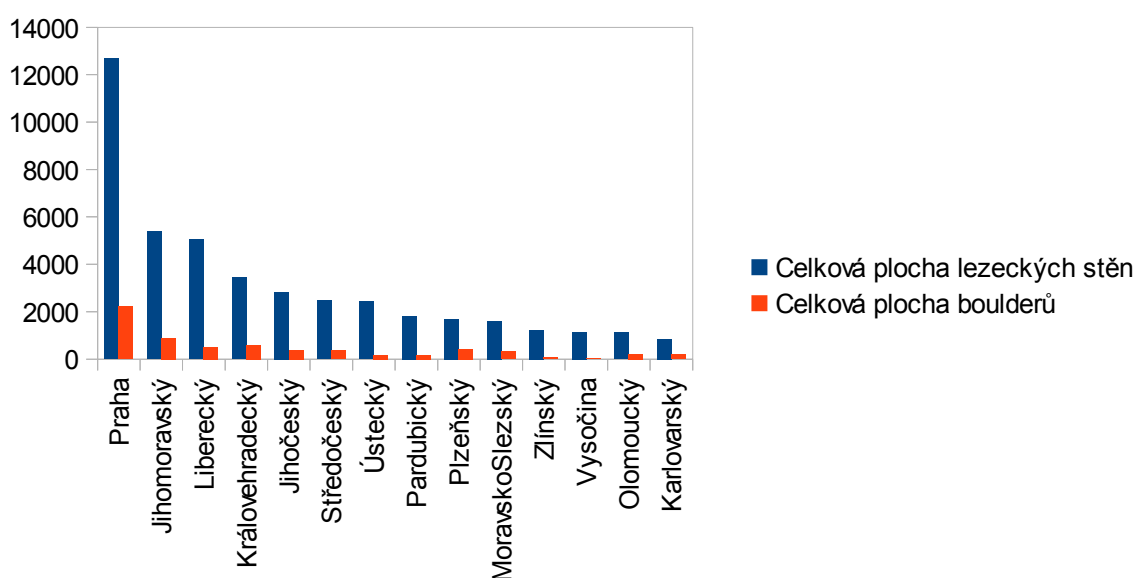
V otázce umístění boulder centra je situace zcela vyrovnaná, Celkově se v ČR nalézá 25 samostatných boulder center a 25 boulder stěn, které jsou součástí lezeckých center. V jednotlivých krajích se liší max o 1 centrum, výjimku tvoří Královehradecký kraj, který má 3 boulder stěny vmíšené do klasického lezeckého centra a jedno klasické boulder centrum. (graf 5)

Graf 5: Ukazatel poměru boulderů v lezeckých centrech a samostatných boulder center



Malá boulderovka je dnes už neodmyslitelnou součástí každé kvalitní lezecké stěny. (Big wall 2013). Toto tvrzení lze jednoznačně potvrdit, skoro každé větší středisko v ČR má svou vlastní samostatnou, plnohodnotnou boulderingovou stěnu. To svědčí i o velkém rozvoji sportovního boulderingového lezení, které v ČR zažilo svůj „boom“ později, než klasické sportovní lezení po umělých stěnách. Pokud boulderovka nebyla v prvotních plánech stěny, bývá často, pokud je to možné, dostavěna nezávisle později. V průměru tedy na každé středisko typu lezecká stěna+boulder vychází přes 100m² boulderové stěny. Nicméně i tak se v ČR nalézají velká střediska, která boulderovku postrádají. Poměr m² boulderových stěn vůči celkové ploše lezení v kraji znázorňuje graf 6.

Graf 6: Podíl m² boulderových stěn na celkovém stavu m² všech lezeckých stěn v kraji



Liberecký kraj

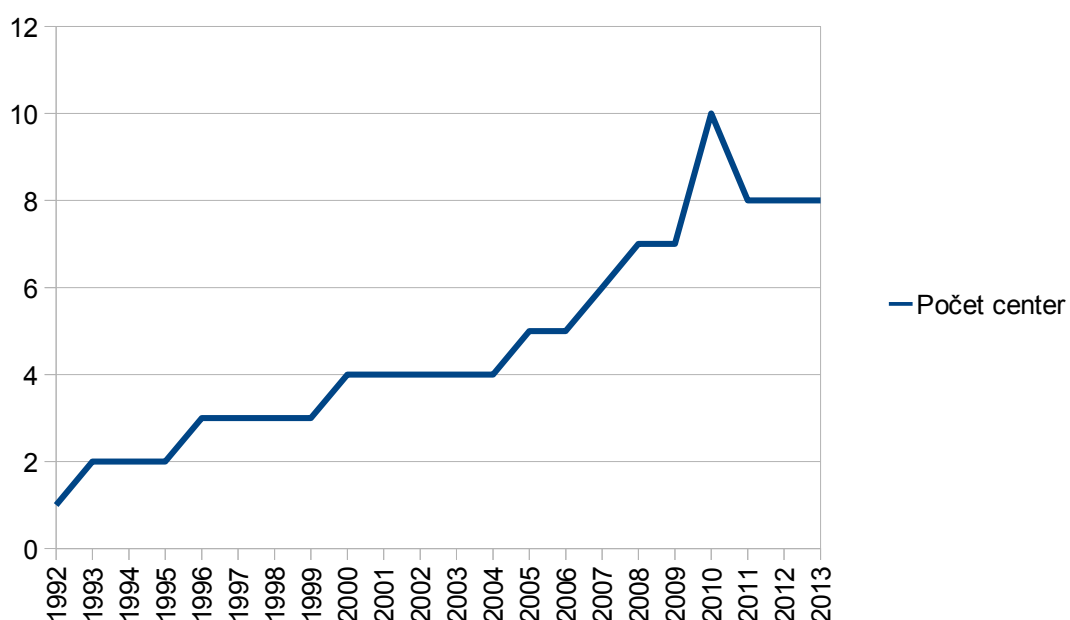
V současnosti se v Libereckém kraji vyskytuje dohromady 8 lezeckých center, které splňují charakteristiku lezeckého centra.

Horolezecké centrum Šutr v Liberci a Lezecká aréna Makak v Jablonci n.N. obsahují mimo velké stěny na lezení s lanem, také klasické boulderové stěny. Jediným typickým boulder barem v Libereckém kraji je nyní Boulder bar ve Stráži n.N, který pomyslně nahradil Boulder bar Zákupy zaniklý v září 2013.

K 30.6 2013 bylo v Liberecké kraji evidováno 438527 obyvatel. Oněch 8 lezeckých center nabízí dohromady 5040m² lezení, v porovnání s údaji k 1.1 2013 nabízí Liberecký kraj 87 obyvatel na 1m² lezecké stěny.

V grafu 7 je znázorněn historický vývoj a zánik lezeckých center v Libereckém kraji. Lze na něm vyčíst, že největší úbytek lezeckých center v Libereckém kraji byl v roce 2011, tedy přesně rok po otevření velkých lezeckých center Šutr v Liberci a Lezecké arény Makak v Jablonci n.N.

Graf 7: *Vývoj lezecký center v Libereckém kraji*



5 VÝCHODISKA ZALOŽENÍ BOULDER CENTRA

K problému je nutno přistupovat s maximálně aktuálními a přesnými údaji. Podrobné zkoumání trhu je důležité pro identifikaci příležitostí a hrozeb, které mohou ovlivnit podnik. Podrobná analýza umožňuje na tyto změny pružně a v čas reagovat.

5.1 CÍLOVÁ SKUPINA ZÁKAZNÍKŮ

Boulder centrum bude působit na trhu volno-časových aktivit a pohostinství v Liberci

Cílovou skupinou budou lidé, kteří žijí aktivním sportovním životem, se zájmem o lezecký sport, či přímo se zájmem o bouldering. Nejpočetnější skupina zákazníků se předpokládá ve věku 15-45 let, bez vážnějších zdravotních problémů, ale samozřejmě na stěnu mohou i starší ročníky.

5.2 SLEPT ANALÝZA OKOLNÍHO PROSTŘEDÍ

5.2.1 SOCIÁLNÍ FAKTORY

Demografické charakteristiky okolí podniku

Ke dni 30.6 2013 počet obyvatel Libereckého kraje dosáhl 438527. V hlavním krajském městě, kde bude boulder centrum situováno, bylo k 30.6 2013 přes 100 000 obyvatel. Obyvatelstvo je věkově rovnoměrně rozloženo a počty mladé generace rozšiřují studenti z jiných měst, kteří v Liberci žijí po celou studia, ale do statistik se nezapočítávají. Nej hustěji osídlenými místy je centrum města a početná sídliště na okrajích města.

Sociálně-kulturní aspekty

Průměrná hrubá mzda v Libereckém kraji byla v období 1-2 čtvrtletí 2013 22 398 Kč a zaznamenala růst 0,9%. Celkově je v Liberci standardní životní úroveň a nijak nevybočuje z řady.

S úspěchem lze tvrdit, že Liberec je sportu nakloněné Město. Řada sportovních areálů a sportovních oddílů a družstev dokazuje, že lidé v Liberci rádi tráví svůj čas aktivně. Vidět to můžeme například v okolní přírodě Jizerských hor, které jsou oblíbeným cílem lidí, kteří rádi aktivně využívají svůj volný čas.

Dostupnost pracovní síly

V Liberci je dostatečná nabídka pracovní síly na plný úvazek. O práci na částečný pracovní úvazek je předpokládán zájem z řad studentů.

5.2.2 EKONOMICKÉ FAKTORY

Nejsouhrnnějším indikátor vývoje ekonomiky je Hrubý domácí produkt. V Libereckém kraji k 29.8 2013 vzrostl o 3,1%, což značí mírný vývoj ekonomické situace.

Neméně významný faktor je míra nezaměstnanosti. V Libereckém kraji dosahovala k 31.10 2013 8,02%. V tomto směru nám vyšší nezaměstnanost dává možnost většího výběru pracovníků. Na práci na částečný úvazek, která je směřována na studenty by neměla mít vliv. Z druhého úhlu pohledu je pro nás výhodnější co nejmenší míra nezaměstnanosti. Čím více obyvatel je ekonomicky aktivní, tím více si jich může dovolit utrácet peníze například za volno-časové aktivity.

Dalším významným faktorem je pro podnik míra úrokové sazby. Důležitá je z hlediska výhodnosti půjček. Dle prognózy ČNB vydané 7.11 2013 je úroková sazba 0,3%, ČNB však nevylučuje její růst. Míra inflace v ČR k říjnu 2013 vzrostla o 1,6%.

5.2.3 POLITICKÉ FAKTORY

Politická situace v České republice je považována za stabilní.

5.2.4 LEGISLATIVNÍ FAKTORY

Legislativní faktory jsou soubor „pravidel“ vytvořených státem. Náš podnik budou zajímat především legislativní faktory jako je existence zákonných norem, obchodní a občanský zákoník, daňové zákony a jiná legislativní omezení.

Daňové subjekty v České republice v současnosti podléhají následujícím daním.

Daň z příjmu fyzických osob 15%

Daň z příjmu právnických osob 19%

Daň z přidané hodnoty – 15% snížená nebo 21% základní

Spotřební daň - dle druhu zboží

Silniční daň – osobní automobily: 1200 – 4200

Silniční daň – nákladní automobily: 1800 – 50400

(Daňové zákony 2013)

5.2.5. TECHNICKÉ A TECHNOLOGICKÉ FAKTORY

Zařízení nebude nijak technicky ani technologicky náročné, podnik by tak z hlediska technologických novinek neměl být ohrožen. V ČR se vyskytuje hned 6 společností zabývajících se realizací lezeckých stěn, nemusíme se proto spoléhat jen na jednoho dodavatele. Boulder centrum bude čelit velké konkurenci, je proto třeba klást důraz na originalitu a jedinečnost, v tomto ohledu je nutné udržovat krok s nejmodernějšími trendy v boulderingovém lezení. Dnešní době jsou již samozřejmost internetové stránky, které by měli být přehledné a informující. Nefungující, nebo špatně fungující stránky jsou špatnou vizitkou společnosti a zbytečně kazí její jméno. V dnešní době je velmi obtížné proniknout na trh bez využití internetu coby komunikačního kanálu.

5.3 PORTERŮV MODEL KONKURENČNÍCH SIL

Podle Hovorkové (2011) je trh volno-časových aktivit, na kterém boulder centrum bude působit, neustále rostoucí. Ziskovost odvětví je spíš malá. Zákazníci mohou snadno přejít ke konkurenci a jsou velmi citliví na cenové změny.

5.3.1 VNITŘNÍ KONKURENCE

V Liberci se v současné době dají za konkurenty považovat tři lezecká centra.

5.3.1.1 LEZECKÁ ARÉNA MAKAK

Největší konkurent nesídlí v Liberci, ale nachází se v sousedním Jablonci nad Nisou. Lezecká aréna Makak se nachází na okraji Jablonce n.N, v průmyslové zóně v ulici Liberecká, přibližně 8km od Liberce. Patří mezi největší lezecká střediska v ČR, svou činnost aréna zahájila 4.12 2010.

Stěna

V hale s výškou 16m o půdorysu 34 m x 16 m nabízí Lezecká aréna celkem 2000m² vertikálního lezení s 88 výstupovými liniemi. Stěna nabízí moderní profily a rozmanité chyty, které si navíc vyrábí sami zaměstnanci. To centru zajišťuje nezávislost na sektor dodavatelů. Velmi oceňováno je i podlahové vytápění.

Boulder

Vedle velké moderní stěny je tu zadní boulderingový prostor o ploše 230m², jedná se tedy o největší boulderingovou stěnu v Libereckém kraji, na které se také pořádají boulderingové závody. Pro srovnání největší boulder stěna v ČR Lokal Blok v Praze má 500m².

Zázemí

Středisko nabízí příjemné zázemí, šatny jsou rozměrné a pro návštěvníky je připraveno přibližně 50 skříněk na zámek. Samozřejmostí jsou záchody a v umývárně dva sprchové kouty a několik umyvadel. Malý obchůdek nabízí klasické lezecké potřeby od předních světových výrobců. Po dohodě lze veškerý sortiment od těchto výrobců objednat. Najdeme tu oblečení, lana, lezečky, karabiny, pytlíky na magnesium a další. V půjčovně lze, za adekvátní peníz, nejen zapůjčit kompletní materiál potřebný k lezení na umělé stěně, ale po dohodě a zaplacení zálohy i pro vlastní sportovní vyžití, například v přírodě. Dle samotných členů týmu Lezecké arény k lezení bezesporu patří i hospoda s dobrým pivem a kávou. Dle toho vypadá i místní bar, který se dá považovat za plnohodnotnou hospodu. K dostání jsou alkoholické i nealkoholické, popřípadě iontové nápoje, něco drobného se dá objednat i k zakousnutí. Potěší i možnost využití benefičních poukázek. (Lezecká aréna Makak 2013)

Otevírací doba a vstupné

Otevřeno je denně od 10 do 23 hodin a to dokonce i o státních svátcích. Vstupné se mění dle ročního období a doby příchodu (do 16hodin je levnější). Pro dospělé i studenty se pohybuje od 70 do max 100Kč na neomezenou dobu, zajímavé je jistě i rodinné vstupné za 170Kč (220Kč po 16 hodině, nebo o víkendu a ve svátcích). Boulderovka stojí jednotně 75Kč. Možnost zakoupení finančně výhodnější permanentky.

Marketingová komunikace

Marketingovou komunikaci má Lezecká aréna zvládnutou velmi dobře. Internetové stránky jsou na vysoké úrovni, přehledné, aktualizované a umožňují pěkně zpracovanou online 3D prohlídku celého střediska. Kromě svých webových stránek komunikuje

středisko se svými zákazníky také přes sociální síť Facebook, kde si za necelé 3 roky stihl vytvořit poměrně solidní fanouškovskou základnu, téměř 1200 příznivců stránek. Dále Lezecká aréna nabízí celou řadu kroužků a kurzů, včetně kurzů skalního lezení a to jak pro děti tak dospělé. K popularitě také jistě přispívá pořádání závodů a podporou různých festivalů.

(Lezecká aréna Makak 2013)

Celkově se jedná o komplexní, moderní středisko s možností dalšího růstu (venkovní prostory). Bezpochyby se v Libereckém kraji jedná o největšího hráče na trhu.

5.3.1.2 HOROLEZECKÁ STĚNA ŠUTR

Největší lezecké centrum v Liberci, po Lezecké aréně Makak druhé největší v kraji. Nachází se na strategické pozici v Hrazené ulici v centru města, blízko nádražím a městské hromadné dopravě. Svou činnost centrum zahájilo v roce 2010.

Stěna

Ve stěně najdeme pestré možnosti lezení: převisy ,kouty , spáry , komín ,kuloár, sokolíky, hrany, apod. Je chytře navržena, tak aby se dalo dosáhnout největší bodu haly. Celkově se na ploše 1290m² nachází 80 vertikálních linií obsahujících 160 lezeckých cest. K dispozici je i samojistící zařízení. Materiál je nejčastěji překližka a laminátové panely, jež jsou pestře kombinovány. Za zmínku stojí tři dominantní samonosné věže z freeformu uprostřed střediska. Právě na věžích lze vystoupat až do výše štítu střechy s celkovou výškou 11,5m. Díky tzv. „struktuře“ věže ještě více navozují pocit skutečného skalního lezení.

Boulder

Boulder je poněkud menších rozměrů, cca 125m², počet boulderů je však dostačující a svou funkci tedy splňuje. Kromě samotné stěny je k dispozici tréninkové zařízení jako tréninkové panely, provazový žebřík a tzv kampus.

Zázemí

Lezecká stěna Šutr má klasické sportovní zázemí. Lehce stísněné šatny jsou spojené

se sprchami, toalety jsou přístupné z prostoru stěny.

K dispozici je malý krámk, který nabízí tradiční lezecké vybavení. Příjemná je také možnost, si za poplatek 100Kč vyzkoušet a zalézt v jakýchkoliv lezečkách ze sortimentu. To se může velice hodit při pořizování nových lezeček. V půjčovně je za poplatek možné zapůjčit veškeré lezecké vybavení, potřebné k bezpečnému lezení na umělé stěně. K lezeckým stěnám již tak nějak patří možnost občerstvení. Šutr bar přístupný jak z venku pro veřejnost, tak ze stěny pro lezce, nabízí široký výběr nápojů a drobných pochutin. Často se zde také promítají filmy, či pořádají besedy. Bar je velmi oblíben také nelezeckou veřejností, a často bývá zamluven na akce typu stužkovací večírky, vždy je ale vyhrazeno pár „klubových“ stolu pro lezce. K dispozici je také venkovní sezení. Bar je nekuřácký.

Otevírací doba a vstupné

Horolezecká stěna Šutr má otevřeno denně od 9 do 23 hodin. Na lezeckých stěnách zaběhlý styl placení dle doby příchodu je i na Šutru. Do 16 hodin se pohybuje od 65Kč po 80Kč u studentů a dospělých, ve svátky a po 16hodině od 90Kč do 110Kč. Ve vstupu je samozřejmě započítána i možnost využít boulderové stěny, samotná boulderová stěna stojí 55-75Kč. Ceny se tedy pohybují ve standardních hodnotách v ČR a samozřejmostí je možnost zakoupení permanentky. Návštěvní doba není nijak omezená.

Marketingová komunikace

Horolezecká stěna Šutr komunikuje se svými klienty přes internetové stránky a sociální síť Facebook, kde se aktualizuje většina fotek. Samotné webové stránky působí lehce zanedbaně, ale svůj účel plní. Horolezecká stěna Šutr se velmi často podílí na společenských akcích, spíše lezeckého charakteru. Za zmínku jistě stojí tradiční Horobál (letos 30.11 2013), či setkání s jedním z největších českých lezců Petrem Prachtem, při příležitosti křtu, autogramiády a autorského čtení jeho knihy P.R.A.C.H.T.E.L 21.9 2013. Středisko také často pořádá promítání filmů či besedy a vede řadu horolezeckých oddílů.

(Šutr Horolezecké centrum 2013)

Horolezecká stěna Šutr představuje kvalitní lezeckou stěnu, se stabilní skupinou zákazníků. Využívá své výhodné pozice a snaží se udržet si a rozšířit stávající klientelu a

tím konkurovat Lezecké aréně Makak.

5.3.1.3 LEZECKÁ STĚNA HARCOV

Vnitřní lezecká stěna Harcov se nachází v ulici Na Bohdalcí v Harcově, blízko vysokoškolských kolejí, kde je zajištěna velká poptávka po volno-časových sportovních aktivitách. Patří mezi nejstarší stěny v ČR, svou činnost zahájila už v roce 1996 a roku 2007 se stěna dočkala rozšíření o masivní převis. Za svou dlouholetou tradici na ní trénovala řada špičkových lezců (Eliška Karešová, Dalibor Muráš a další) z celé České republiky. (Lezecká stěna Harcov 2013)

Stěna

Stěna se rozkládá na ploše 490m², z čehož 120m² tvoří masivní sedmimetrový převis přistavěný později v roce 2007. Maximální výška stěny je 12m a v 40 výstupových liniích je 80 plnohodnotných cest. Na stěně, stejně jako v celém areálu, probíhá výuka Katedry tělesné výchovy Technické Univerzity v Liberci. Stěna je proto přizpůsobena jak začínajícím tak pokročilým lezcům a do 16 hodin je zcela v režii Univerzity. Jelikož stěna nepatří k největším, může při větší návštěvnosti hrozit přeplněnost některých linií. Postupové jištění je řešeno klasicky prostřednictvím expresek.

Zázemí

Stěna se nalézá v budově Katedry tělesné výchovy FP TUL. Areál nabízí komplexní sportovní vyžití a pravidelně zde probíhají různé studentské ligy i jiné závody. Lezecká stěna se nachází u čelní stěny velkého sálu. Šatny jsou prostorné a mají dostatečné množství uzamykatelných skříněk. Samozřejmostí jsou sociální zařízení a sprchy. Šatna je určena pro všechny návštěvníky KTV. K dostání je pouze drobné občerstvení v rámci celé haly, je proto lepší přinést si vlastní. K dispozici je možnost zapůjčit si lezecké vybavení sedák a lano za 20Kč, jistítko za 40Kč.

Otevírací doba a vstup

Pro veřejnost je otevřeno každý den kromě pátků a víkendů od 16:00 do 21:45.

Vstupné se platí při každém jednotlivém vstupu, nebo je tu možnost zakoupit výhodnější permanentku. Vstupné je 80Kč pro dospělé a 40Kč pro děti do 15 let, studenty a zaměstnance TUL.

Marketingová komunikace

Hlavním kanálem komunikace je internetová stránka <http://stenaliberec.cz/>. Stránky působí příjemně, jsou přehledné a najdeme na nich všechny potřebné informace jako parametry stěny, ceník a otvírací dobu. Rovněž nalezneme informace o horolezeckém kroužku HO Komorní výtah, který se věnuje především mládeži ve věku 6-18 let, ale zalézt si mohou i dospělí. Řada členů oddílu se zúčastňuje republikových i evropských závodů a dokonce je v jejich řadách mistr ČR, vítěz ČP a vítěz mezinárodního závodu. Stěna má dvě stránky na sociální síti Facebook, přičemž jedna slouží především ke komunikaci mezi lezci, při hledání partnera na lezení. Druhá pak informuje o vytíženosti stěny a nově postavených cestách, celkově jsou stránky oproti konkurenci zanedbané. Jako komunikaci ještě můžeme chápat dny otevřených dveří, soutěže a akce pro veřejnost, kdy si stěnu může vyzkoušet zdarma kdokoliv. (Lezecká stěna Harcov 2013)

Harcovská stěna je nejmenším hráčem na Libereckém trhu. Rozlohou, velikostí a nabízenými službami se nemůže rovnat konkurenčním střediskům. Stěna ale čerpá ze své pozice, blízko Harcovským kolejím, což jí zajišťuje stálý příliv klientů. Stěna postrádá boulderovku, což otevírá otázku vzájemné spolupráce.

(Lezecká stěna Harcov 2013)

5.3.2 NOVÁ KONKURENCE

I když je v Liberci konkurence velická, stále se může najít někdo podobně smýšlející jako my. Lidé chtějí sportovat a rekreovat se a stejně tak ocení, když se těmito aktivitám budou věnovat i jejich děti, poptávka by tedy na trhu klesat neměla. V současnosti se také lezecký sport stává stále více oblíbeným sportem u mladých lidí. (Hovorková 2011)

Můžeme proto předpokládat riziko nového konkurenta na trhu.

5.3.3 VYJEDNÁVACÍ SÍLY ODBĚRATELŮ

Vzhledem k velmi dobré situaci na Liberecku, kde se nachází nejmenší počet obyvatel na 1m² stěny, bude vyjednávací síla odběratelů velká. Při snaze eliminovat vyjednávací sílu odběratelů, bude důležité přiblížit charakter centra jejich představám.

5.3.4 VYJEDNÁVACÍ SÍLY DODAVATELŮ

V Čechách se na realizování stěn a věcí s tím souvisejících věnuje k roku 2013 šest dodavatelů (Makak, Pilka kameny, Rockplast, Luna Rossa, AIX, TR-walls). Naše boulder-centrum může nakupovat od všech dodavatelů, proto vyjednávací síla bude spíše menší.

5.3.5 RIZIKO KONKURENCE SUBSTITUTŮ

Největším substitutem lezení na umělých stěnách je skutečné skalní lezení, v případě boulderingu potom lezení po skutečných „šutrech“. V Liberci se nalézají velká boulderová oblast ve Vesci a spoustu dalších boulderů v Rudolfově, Jizerkách a Ještědu. K větší bezpečnosti této aktivity je zapotřebí bouldermatka, která lehce zvyšuje prvotní minimální finanční nároky při provozování boulderingu. Pro zájemce o klasické skalní lezení jsou nejbližší opět Jizerské hory a Suché skály, tato aktivita však vyžaduje určitou zkušenost a jedná se o sezónní záležitost, hrozba těchto substitutů bude tedy hlavně přes léto, kdy se plánuje přerušení, nebo omezení provozu.

5.3.6 ZÁVĚR Z ANALÝZY OBOROVÉHO OKOLÍ PODNIKU

Boulder centrum bude působit na trhu s velkou konkurencí. I když v Liberci jedna boulderovka již je, nedosahuje kvalit, jež by si stotisícové město zasloužilo. Proto by nové boulder centrum mohlo představovat významný substitut ke klasickým lezeckým stěnám v Šutru a Harcově. Vyjednávací síla odběratelů bude pro začínající podnik velice důležitá. V začátcích půjde především o vytvoření „základny“ stálých zákazníků, kteří se budou rekrutovat z řad konkurence, nebo nových zájemců o lezení. Vyjednávací síla dodavatelů by neměla být nijak silná.

5.4 ANALÝZA POPTÁVKY - ANKETNÍ ŠETŘENÍ

V této kapitole jsme anketním šetřením zjišťovali charakter poptávky po produktech boulder centra. Metodou dotazování jsme, v období říjen-listopad 2013, písemně prostřednictvím emailu a sociální sítě Facebook oslovili 90 respondentů, kteří se vyskytují v oblasti města Liberec a návratnost dotazníku byla 88,5%. Služeb boulder centra by využilo 58 dotazovaných. Z odpovědí potenciálních zákazníků jsme zjistili informace, potřebné pro další úvahy. Rozesílaný dotazník je přiložen k práci.

Cílem šetření bylo zjištění charakteristických potřeb potenciálních zákazníků boulder centra. Z ankety jsme zjistili věkové složení návštěvníků, jakou maximální cenu by byli ochotni zaplatit za vstup do boulder centra, četnost a preferovaný čas návštěvy boulder centra, preferovaný typ lezení (vysoké stěny/boulderingové stěny) a komunikační kanály, které využívají potenciální zákazníci. Získaná data byla zpracována do grafů.

5.4.1 SLOŽENÍ RESPONDENTŮ

Ankety se účastnilo 48 mužů a 42 žen a jejich věkové složení bylo následující. Dle předpokladů tedy o boulderingovou stěnu budou mít zájem především mladí lidé.

Tabulka 1: *Věkové složení respondentů*

do 15-ti let	2%
15 – 25 let	64%
25 – 40 let	22%
40 a více let	2%

Z celkového počtu 90 respondentů je 56 studentů a 34 pracujících. Z celkového počtu studentů představují největší sílu studenti vysokých škol.

Tabulka 2: *Respondenty studované školy*

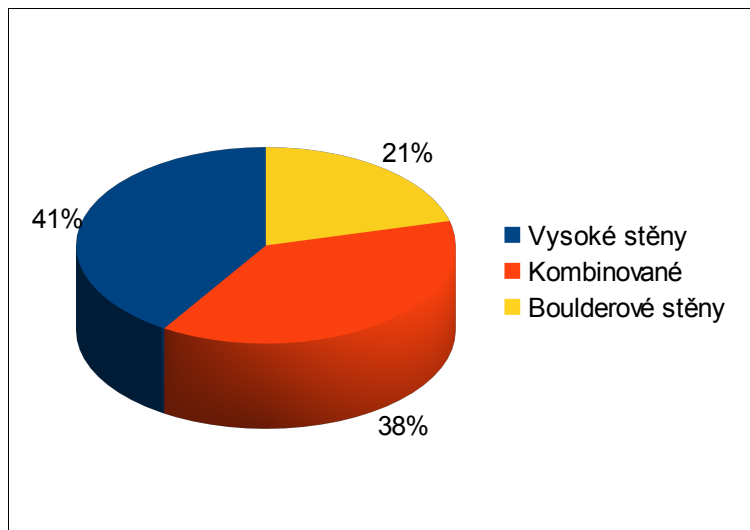
Vysoká škola (VOŠ)	89%
Střední škola (učiliště)	7%
Základní škola	4%

Následující grafy znázorňují odpovědi 58 (64%) respondentů, kteří v anketě kladně odpověděli na pátou otázku „Využívali byste služeb boulder centra?“ Pro zbylých 32 (36%) respondentů, kteří odpověděli „ne“ tímto dotazník skončil.

5.4.2 PREFEROVANÝ TYP LEZECKÝCH STĚN

Oslovení respondenti nejvíce preferují lezení s lanem na vysokých stěnách, jen o něco méně oslovených uvedlo jako nejoblíbenější kombinaci obojího. Samostatné boulderové stěny preferuje 21% oslovených respondentů, což ale může být také způsobeno jejich nedostatkem.

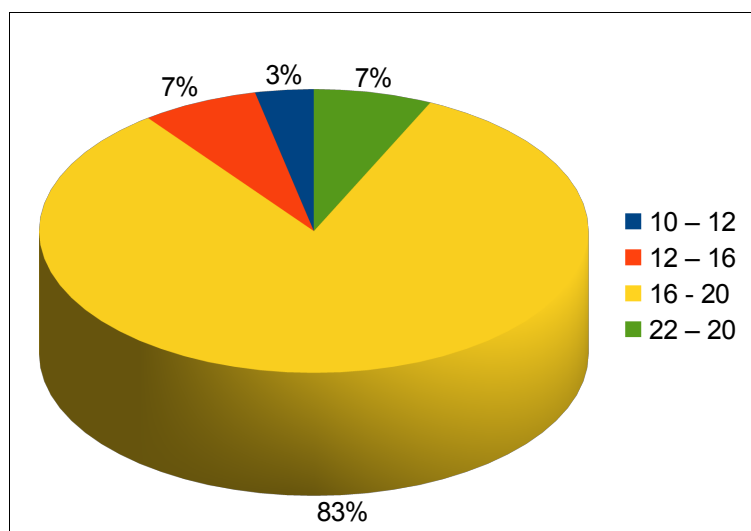
Graf 8: *Preferovaný typ lezecké stěny*



5.4.3 PREFEROVANÝ ČAS NÁVŠTĚVY BOULDER CENTRA

Dle očekávání bude největší vytížení boulder centra v odpoledních až podvečerních hodinách. U pracujících i studentů je tedy nejvíce volného času právě mezi 16-20 hodinou. Z toho důvodu můžeme uvažovat o spolupráci se základními a středními školami, případně s Libereckou Univerzitou, v čase, kdy nebude stěna plně vytížena. Zároveň se také nabízí, po vzoru zaběhlých center v České republice, zlevnění vstupu v dopoledních a odpoledních hodinách a tím motivovat lezce k přesunu tréninku z podvečerních hodin.

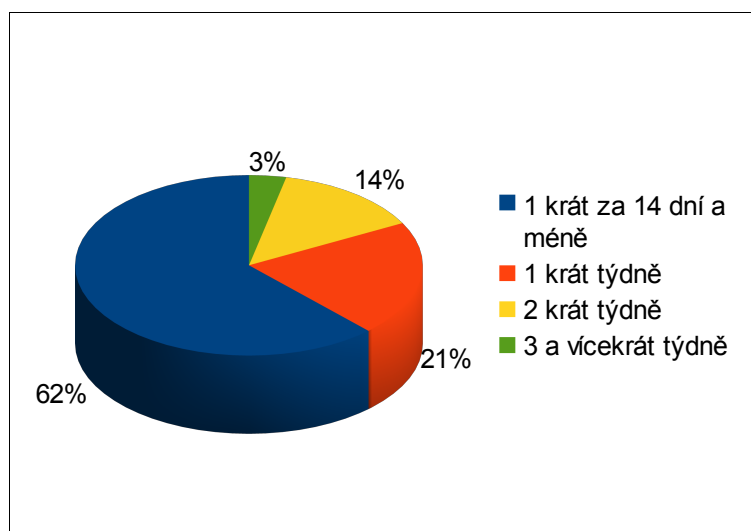
Graf 9: *Návštěvnost dle denních dob*



5.4.4 NÁVŠTĚVNOST LEZECKÝCH STĚN

Z anketního šetření vyplývá, že ze vzorku 90 dotazovaných je 17% aktivních lezců. Aktivní se považují ti respondenti, kteří na otázku „Jak často chodíte trénovat na umělou stěnu?“ odpověděli 2 krát nebo 3 krát týdně. Tito zákazníci by měli podniku přinášet stále příjmy a lze předpokládat i jejich vlastní zájem na realizaci lezeckých boulderů, popřípadě pořízení permanentky. Další skupinou jsou lezci, kteří se lezení věnují o něco o méně, ale i tak na stěnu 1 krát do týdne zajdou. Takto odpovědělo 21% dotazovaných. Zbylých 62% tvoří spíše příležitostní, nebo začínající lezci. Mnohdy jim jde spíše o smysluplné trávení volného času, protáhnutí se a setkání se s přáteli, než o podání sportovního výkonu. Vzhledem k nadpolovičnímu podílu této skupiny bude důležité vyhovět jejím potřebám. Především dostatek boulderů nižších a středních obtížností, možnost zapůjčení magnézia, popřípadě lezeček, přítomnost dalších zařízení jako je například posilovací panel (tzv. campus), posilovací síť a hrazdy.

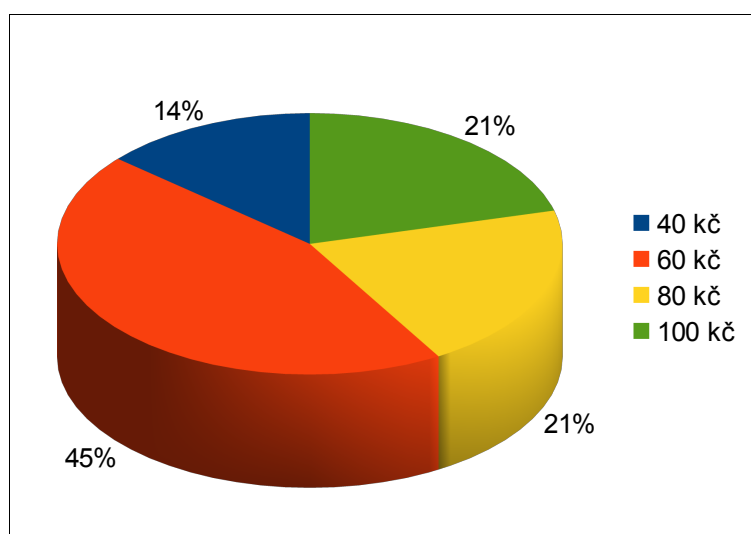
Graf 10: Četnosti návštěv lezeckých stěn



5.4.5 MAXIMÁLNÍ CENA ZA VSTUP

45% potenciálních zákazníků boulder centra by bylo ochotno za 1 vstup zaplatit částku 60Kč, což je přibližně stejná cena jako levnější varianta vstupu (do 16h a mimo soboty, neděle a svátků) na boulderovku u přímého konkurenta horolezecké stěny Šutr. Pokud se boulder centru povede udržet cenu na této hladině, nebo lépe stlačit ještě níže, dá se předpokládat přesun klientely od dražší konkurence. Zajímavé také je, že celých 21% by bylo ochotno zaplatit částku vyšší a to až 100Kč.

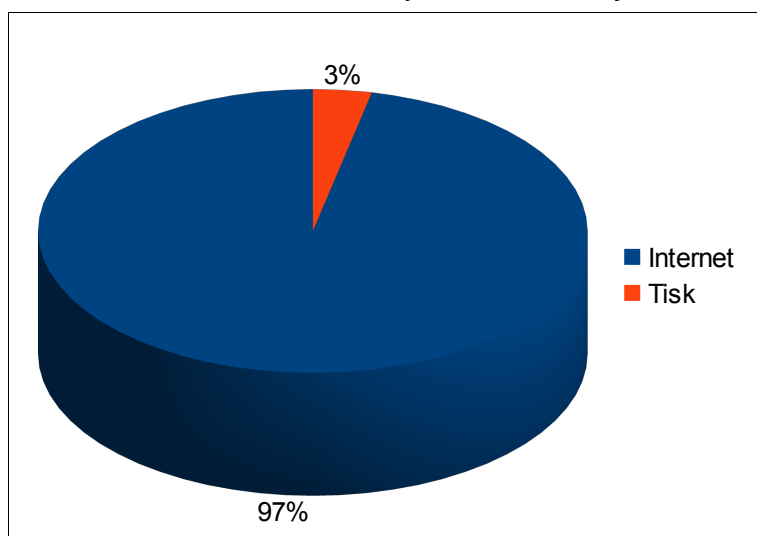
Graf 11: Maximální cena za 1 vstup



5.4.6 POUŽÍVÁNÍ INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

Otázka o nejčastěji používaných informačních zdrojích nám jasně odpověděla jakým směrem bude třeba provádět propagační činnost. 97% procent dotázaných jako svůj nejčastější informační zdroj uvedlo internet. Je tedy zřejmé, že hlavní prezentace boulder centra a jeho komunikace se zákazníky bude probíhat právě na internetu. Kvalitně zpracované webové stránky a vhodně umístěná reklama na webech s lezeckou tematikou budou důležité, stejně jako komunikace s klienty na sociálních sítích. Rádio jako informační zdroj neoznačil ani jeden z respondentů.

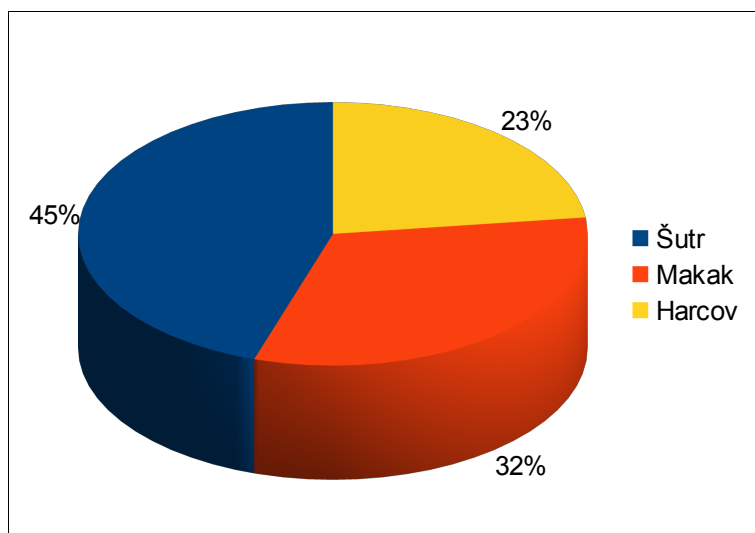
Graf 12: *Používání informačních zdrojů*



5.4.7 NÁVŠTĚVNOST OSTATNÍCH LEZECKÝCH CENTER V LIBERECKÉM KRAJI

Dle očekávání oslovení respondenti nejčastěji navštěvují tři největší lezecká centra na Liberecku. Graf níže znázorňuje v jakém poměru respondenti odpovídali. Jednalo se o nepovinnou otázku a dotazovaní odpovídali vlastními slovy, celkově odpovědělo 32 respondentů.

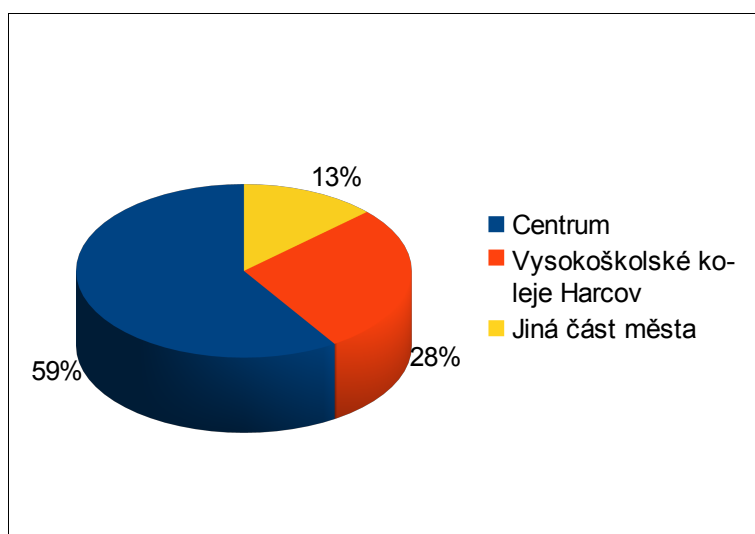
Graf 13: *Návštěvnost konkurenčních lezeckých center*



5.4.8 PREFERENCE UMÍSTĚNÍ BOULDER CENTRA

Vzhledem k počtu vysokoškolských studentů v dotazovaném vzorku je poněkud překvapivé, že lokalitu v okolí vysokoškolských kolejí Harcov označilo jako preferovanou pouze 28% respondentů. Skoro 60% by umístění boulder centra raději v centru města. Zbylých 13% by preferovalo jinou část města. Z těchto 13% na dodatečnou otázku, kterou část města by zvolili, byla nejčastější odpověď „s bezproblémovým parkováním“. Například u horolezecké stěny Šutr je problémová situace s parkováním dlouhodobě známá, lze tedy předpokládat, že pro určitou část dojíždějících lezců může být tento faktor důležitý.

Graf 14: *Preference umístění boulder centra*



5.5 ANALÝZA SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK, HROZEB A PŘÍLEŽITOSTÍ - SWOT ANALÝZA

5.5.1 SILNÉ STRÁNKY

- **Nízké náklady na vybavení (pro zákazníka)**

Jediným nákladem na bouldering je investice do lezecký bot tzv „lezeček“. Dnes již lze pořídit kvalitní lezečky, které nám vydrží několik let, do 1000 Kč.

- **Nízké náklady na provoz**

Oproti velkým konkurentům, nevyžaduje malá boulderová stěna tolik údržby jako velká lezecká centra.

- **Nízké ceny oproti konkurenci**

Malé boulder centrum si bude moci dovolit menší cenu za vstup, než velká střediska, která provozují lezeckou stěnu i boulder.

- **Umístění boulder centra**

- **Spolupráce s horoškolami**

Jelikož boulder centrum bude jediné svého druhu v Liberci, zaujímá dobrou pozici při jednání o spolupráci s horoškolami, školami a zájmovými kroužky.

- **Kvalita stěny**

Stěna bude zrealizována dle nejnovějších trendů.

- **Znalosti potřeb zákazníků**

Sám zakladatel se rekreačně věnuje boulderingu a má ucelenou představu o boulderingových centrech v ČR.

5.5.2 SLABÉ STRÁNKY

- **Nový podnik**

Bude se jednat o nový podnik, bez zavedeného jména, na trhu, kde konkurenti již mají svou stálou klientelu.

- **Nováček v podnikání**

Zakladatel je nováčkem ve světě podnikání, má malé zkušenosti a neznalost praxe.

5.5.3 PŘÍLEŽITOSTI

- **Stará klientela**

Nový boulder bar by mohl přilákat bývalé návštěvníky zaniklých boulderovek ve Squash aréně a Makaku LBC.

- **Rostoucí popularita lezeckého sportu**

Lezení je nepochybně na vzestupu a Liberec jistě patří mezi oblasti s velkou lezeckou tradicí, díky blízkosti skal. Velkou popularitu zažívá i bouldering, o tom svědčí například závody Bouldermania, pořádané ve Vesci v roce 2011. Na boulderovou oblast Vesec vyšlo již II. aktualizované vydání průvodce.

- **Založení oddílu a pořádání závodů**

Založení oddílu, stejně jako pořádání závodů, zvedne podvědomí o novém centru a vytvoří pevnou členskou základnu. O finančním zisku z těchto činností, ale spíše mluvit nelze.

5.5.4 HROZBY

- **Stav současné konkurence**

V Liberci je velká konkurence v oblasti lezeckého sportu. Mezírka na trhu je právě v oblasti boulder stěn, ale i tak musí centrum vynikat svou kvalitou a originalitou, aby prorazilo na trhu.

- **Výkyvy poptávky**

Vzhledem k poloze Liberce se v letních měsících dá očekávat velký úbytek zájmu klientů, kteří dají přednost lezení na skutečných boulderech nebo skalách. Stejně tak se dá uvažovat i vzhledem k prázdninám a návštěvnosti studentů.

- **Zhoršení finanční situace**

Kvalitně zpracovaný podnikatelským plánem se této situaci snažíme vyhnout. Nízký zájem o bouldering, nenaplněné odhady tržeb a nespokojenost zákazníků mohou vést k úpadku podniku. Bohužel i vinou neovlivnitelných externích faktorů tuto situaci zcela nemůžeme vyloučit.

- **Bankovní úvěr**

Podnik bude vázán úvěrem.

Tabulka 3: Shrnutí SWOT analýzy

Strenghts	Weakness
S1 – Nízké náklady na vybavení	W1 – Nový podnik
S2 – Nízké náklady oproti konkurenci	W2 – Nováček v podnikání
S3 – Nízké náklady na provoz	
S4 – Umístění boulder centra	
S5 - Spolupráce s horoškolami	
S6 – Kvalita stěny	
S7 – Znalost potřeb zákazníků	
Opportunities	Threats
O1 – Stará klientela	T1 – Stav současné konkurence
O2 – Rostoucí popularita lezeckého sportu	T2 – Výkyvy poptávky
O3 – Založení oddílu a pořádání závodů	T3 – Zhoršení finanční situace
	T4 – Bankovní úvěr

5.6 NEJDŮLEŽITĚJŠÍ ZÁVĚRY Z ANALYTICKÉ ČÁSTI

Liberec je i přes svou nasycenost vysokých lezeckých stěn stále vhodným místem k provozování boulder centra. Město Liberec mělo k 1.1 2013 102113 obyvatel a rovněž se jedná o univerzitní město, kde studenti zastupují významnou část potenciální klientely boulder centra. Také proto je Liberec, i přes svou nasycenost vysokých lezeckých stěn, stále vhodným místem k provozování boulder centra. Také díky blízkosti skal je na Liberecku vžitá lezecká tradice a aktivní životní styl obyvatelstva podporuje vznik podniků, věnujících se volno-časovým aktivitám.

Dva největší konkurenti konkurenti jsou Lezecká aréna Makak a Horolezecká stěna Šutr. Stěny mají svůj zaběhlý provoz, stálou klientelu a poskytují širokou škálu služeb. V právě v jedné ze služeb, boulderingové stěny, se musí plánované boulderové centrum lišit svou kvalitou, originalitou a celkovým pojetím.

6 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU

6.1 NÁZEV PODNIKU, JEHO SÍDLO A PŮSOBIŠTĚ

Boulder bar ponese název „Boulder bar Salamander“. Název sám o sobě vypovídá, že se jedná o boulderovou stěnu s možností posezení na baru.

Boulder bar Salamander bude vybudován na Soukenném náměstí v centru města v jednom z uvolněných pronajímaných prostorů, které poskytují přes 350m² prostoru. Z této ulice se vystěhovávají prodejny všeho druhu do obchodních center a proto tu klesají nájemné což nám v rozjezdu určitě pomůže. Majitelé uzavřou s vlastníkem nemovitosti smlouvu o pronájmu prostor. Jedná se o přízemní budovu s vhodnými parametry pro vestavbu nízké lezecké stěny, s šatnami, sociálním zařízením, prostorem pro bar a výbornou dostupností. Sídlo společnosti bude v bydlišti jednoho ze společníků a zakladatelů.

6.2 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

Předmětem podnikání společnosti Boulder bar Salamander je uspokojování potřeb na trhu se sportovním vyžitím, konkrétně boulderingovém lezení, a služeb ohledně pohostinství, tedy provozování baru. Majitelé boulder centra budou mít živnostenské oprávnění. K provozování boulderové stěny to bude živnost ohlašovací volná s oborem činností „provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti“. K provozování baru je potřeba získat oprávnění k řemeslné živnosti „Hostinská činnost“. Jeden z jednatelů společnosti Boulder bar Salamander splňuje podmínky odborné způsobilosti k získání řemeslné živnosti.

6.3 PRÁVNÍ FORMA A VLASTNICKÉ VZTAHY

Boulder centrum Salamander bude založeno jako společnost s ručením omezeným. Tato forma společnosti byla vybrána z několika důvodů.

- Podnikání jako právnická osoba působí pro okolí důvěryhodněji.
- Možnost více vlastníků společnosti.
- Tito společníci ručí pouze do výše nesplaceného základního kapitálu.
- Hodnota společnosti se časem zvyšuje.
- Až 70% vkladu lze splatit do pěti let od založení (nesplacené vklady ale působí nedůvěryhodně a musí činit alespoň 100 000Kč). (Vše o s.r.o 2013)

Zakladateli, společníky a zároveň jednatelem podniku budou Jan Toman a Karolína Šetrná. Základní kapitál nutný pro založení společnosti s ručením omezeným je 200 000 Kč. Na tomto vkladu se oba společníci budou podílet rovným dílem.

6.4 PROCES VZNIKU PODNIKU

Proces vzniku společnosti s ručením omezeným je zdoluhavý proces. Sestává se z několika kroků jak jsou například přípravy dokumentace a návštěvy úřadů a institucí. Rychlost tohoto procesu často záleží právě na rychlosti jednání těchto úřadů. (Vše o s.r.o 2013)

Po nastudování právních předpisů a přípravy nezbytné dokumentace přichází sepsání společenské smlouvy u notáře. Následuje založení nového bankovního účtu, na který budou složeny peněžité vklady. Bankovní účet musí být napsán na jméno správce vkladů a je nutné předložení společenské smlouvy. Potvrzení o vložení vkladu poté slouží jako jeden ze zakladatelských dokumentů. V další etapě je potřeba obstarat potřebné dokumenty jako potvrzení o užívacím právu od pronajímatele prostor, výpis z katastru nemovitostí k těmto prostorám a výpis z rejstříku trestů. Následuje ohlášení nové živnosti na živnostenském úřadě. V případě řemeslné živnosti je potřeba doložit náležité dokumenty jako maturitní vysvědčení, potvrzení o praxi, osvědčení a certifikáty o odborné způsobilosti. Poté již společníci boulder centra Salamander mohou podat návrh na zápis do obchodního rejstříku. K úspěšnému zahájení firmy ještě zbývá uvolnění účtu v bance, registrace na finančním úřadě a pořízení výpisu z živnostenského rejstříku. (Vše o s.r.o 2013)

Jako přílohy se tedy k návrhu přikládají:

- Společenská smlouva
- Oprávnění k podnikatelské činnosti
- Listina osvědčující právní důvod užívání daných prostor
- Doklad o splnění vkladové povinnosti
- Výpis z rejstříku trestů
- Čestná prohlášení jednatelem s úředně ověřenými podpisy

Plánovaný harmonogram

1.1 2014 – 1.3 2014	Vypracování podnikatelského plánu
15.3 2014 – 5.4 2014	Vznik právnické osoby a získání živnostenského oprávnění
15.4 2014 – 25.4 2014	Zřízení podnikatelského úvěru
5.5 2014 – 20.5 2014	Uzavření smluv s dodavateli
1.6 2014 – 14.6 2014	Zřízení podnikatelského úvěru
1.7 2014 - 25.8 2014	Stavba a vybavení boulder centra
10.8 2014	Inzerce v tématických časopisech
15.8 2014	Distribuce reklamních letáků a výlep plakátů
20.8 2014	Spuštění internetové prezentace
25.8 2014	Nákup zboží určené pro bar
28.8 2014	Slavnostní otevření boulder centra Salamander
1.9 2014	Zahájení provozu

6.5 VEDENÍ A ZAMĚSTNANCI

6.5.1 NÁPLŇ PRACOVNÍCH ČINNOSTÍ

Vedení a řízení podniku budou mít na starosti oba zakladatelé a společníci a budou se starat především o správný chod a vedení podniku. Jejich hlavní náplní práce bude:

- Řízení obchodních a ekonomických aktivit společnosti
- Dohled nad obchodem a poskytováním služeb
- Administrativa a komunikace s úřady
- Marketing, příprava plánů rozvoje podniku
- Vedení a motivace zaměstnanců
- Příprava sportovních a kulturních akcí
- Údržba a inovace stěny
- Správa internetových stránek a komunikace se zákazníky
- Zásobování boulder baru

V samotném boulder centru potom bude vždy přítomen zaměstnanec na dohodu o pracovní činnosti. Jeho náplní práce bude úklid prostoru před otevírací dobou a samotná

obsluha klientů boulder centra. Obsluhou klientů se rozumí práce s občerstvením na baru, vybírání vstupů a předávání klíčů od skříněk. Každému zákazníkovi také předloží prohlášení, ve kterém zákazník potvrdí, že na sebe bere veškerou zodpovědnost při pohybu v prostorách boulder stěny. V prostorách samotné stěny tedy nebude potřeba dalšího zaměstnance. Vzhledem k omezení dohodě o pracovní činnosti na 20 pracovních hodin týdně, bude nutné zaměstnat 5 pracovníků. U této pozice se předpokládá zájem z řad studentů a podepsání prohlášení k dani. Společníci se shodli na vyplácení mzdy 15 000Kč měsíčně a na konci roku si rozdělí případný zisk.

6.5.2 OTEVÍRACÍ DOBA A ROZVRH ČINNOSTÍ ZAMĚSTNANCŮ

Otevírací doba boulder centra Salamander:

Pondělí – Sobota 10:00 – 23:00

Neděle 13:00 – 23:00

V tabulce 4 je znázorněna předpokládaná pracovní doba a potřeba zaměstnanců. Společníci mohou své aktivity pro vedení podniku realizovat přímo v boulder centru ale i ze svého domova. Zahájení provozu boulder centra jen naplánováno na 1.9 2014.

Tabulka 4: Přehled směn zaměstnanců

Dny/hod	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
pondělí	Zaměstnanec 1										Zaměstnanec 2				
úterý	Zaměstnanec 3										Zaměstnanec 4				
středa	Zaměstnanec 2										Zaměstnanec 1				
čtvrtek	Zaměstnanec 4										Zaměstnanec 3				
pátek	Zaměstnanec 5										Zaměstnanec 2				
sobota	Zaměstnanec 5										Zaměstnanec 1				
neděle						Zaměstnanec 3					Zaměstnanec 4				

Tabulka 5: Kalkulace mzdových nákladů

Zaměstnanec	Mzda / týden v Kč	Mzda / měsíc v Kč	Hrazené soc. a zdravotní pojištění	Náklady na zaměstnavatele v Kč
Z 1	20 x 70 = 1400	5600	1904	7504
Z 2	20 x 70 = 1400	5600	1904	7504
Z 3	20 x 70 = 1400	5600	1904	7504
Z 4	20 x 70 = 1400	5600	1904	7504
Z 5	20 x 70 = 1400	5600	1904	7504
Společník 1		15000	5100	20100
Společník 2		15000	5100	20100
Celkem / měsíc				77720

6.6 MARKETINGOVÝ PLÁN

Tato kapitola se zabývá zpracováním marketingového plánu budoucího boulder centra. Náklady na marketing budou největší zejména před otevřením do provozu a krátce po jeho zavedení. Pro první měsíc podnikání je pro marketing z rozpočtu vyhrazeno 10 000 Kč.

6.6.1 PRODUKT

Hlavním produktem boulder centra bude provozování nízké lezecké stěny, takzvané „boulderovky“. Produkt se tedy bude pohybovat na trhu volno-časových a sportovních aktivit. K této hlavní službě bude připojena služba v podobě pohostinství v přidruženém baru. V baru lze také pořádat společenské akce, promítání filmů či besedy.

6.6.1.1 BOULDER STĚNA

Otevírací doba boulder centra bude každý den od 10 do 23hod, kromě nedělí, kdy bude otevřeno od 13:00. Během letních měsíců se předpokládá přerušení nebo omezení provozu. Boulder stěna se bude snažit držet krok s nejmodernějšími trendy v lezení. Počínaje barevným značením obtížností boulderových chytů oproti nestabilním značícím „páskám“, které mají krátkou životnost, až po dnes velice populární nakláněcí boulderové stěny. Tyto stěny díky svému náklonu umožňují změnit obtížnost jednotlivých boulderů až o několik stupňů a zkušeným i začínajícím lezcům tak nabízí více možností lezení. Další zpestření pro lezce bude takzvaný posilovací koutek umístěný v místnosti s boulderovkou. Ten se bude sestávat z posilovacích panelů (tzv. campus), posilovací sítě a hrazdy. Trendem

posledních let je také umístění slack-line v lezeckých centrech. Tento mladý sport vznikl u lezců a těší se u nich velké popularitě. V lezeckém centru se jedná o zajímavý způsob relaxace, odpočinku či soustředění před nebo během samotného lezení a do boulderingové stěny přinese zajímavé zpestření. Hlavní místnost, ve které se bude nacházet boulderová stěna, má rozměry 15x10m. Při rozpočtu 1000 000Kč se v ní předpokládá realizace boulderové stěny až o 300m² lezení. Jednalo by se tedy o jedno z největších boulder center v Čechách.

6.6.1.2 BOULDER BAR

Boulder bar bude otevřen po dobu otevření boulder centra. V případě zájmu zákazníků nebo soukromých akcí bude možné nechat bar otevřený déle. V místnosti bude až 30 míst k sezení a originalitu baru bude zajišťovat výzdoba s lezeckou tematikou. Pro zkrácení času budou k zapůjčení klasické společenské hry, literatura s lezeckou tematikou a k dispozici promítací plátno s projektorem. Bar bude nekuřácký a pro návštěvníky bude zdarma k dispozici bezdrátový internet. Snahou boulder baru bude i přilákání klientely mimo lezeckou komunitu a to právě vytvořením přátelského prostředí pro pořádání soukromých akcí a večírků.

6.6.2 CENA

Při rozhodování o ceně za 1 vstup do boulder centra se vycházelo především z cenové hladiny konkurence. Po vzoru ostatních středisek bude cena vstupu rozdělena 16 hodinou. Po zaplacení vstupu je pobyt v prostorách stěny časově neomezen, návštěvník si tedy kdykoliv může jít odpočinout na bar a pak pokračovat v tréninku.

Tabulka 6: *Ceník vstupu na stěnu*

Produkt	Cena v Kč
Jednorázové vstupné do 16:00	55
Jednorázové vstupné po 16:00	70
10 vstupů, dospělí (platnost 1rok)	550
10 vstupů, student (platnost 1rok)	500
10 vstupů, dítě do 15-ti let (platnost 1rok)	250

* Děti do 15-let mají 50% slevu.

6.6.3 DISTRIBUCE

Boulder centrum bude poskytovat přímé poskytování služeb. Zájemci o lezení budou moci s boulder centrem komunikovat prostřednictvím sociálních sítí, telefonicky,

elektronickou poštou nebo osobně na baru. Na všech kontaktech bude zaměstnanec právě přítomný v boulder centru, který bude obsluhovat zákazníky a kontrolovat vstup do tělocvičny.

6.6.4 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

Hlavní prezentace boulder centra bude probíhat na internetu. Denně aktualizované webové stránky budou zákazníky informovat o všech produktech, novinkách, akcích a programu boulder centra. Na stránkách budou také rubriky do kterých se budou moci zapojit i samotní návštěvníci, jako například diskuzní fórum, bazar s lezeckým vybavením či volně upravitelná fotogalerie. V plánu je také on-line přenos přímo z prostorů boulder stěny. Potenciální návštěvník tedy z pohodlí svého domova uvidí aktuální vytíženost stěny. Kromě svých vlastních webových stránek bude boulder centrum se zákazníky komunikovat na sociální síti Facebook. V dnešní době se bezesporu jedná o nejrozšířenější sociální síť a vhodně umístěnou reklamou a propagací boulder centra se bude moci rozšířit vědomí o jeho existenci. Boulder centrum bude také umístěno na službě Mapy Google, což by mělo usnadnit jeho případné hledání.

6.7 FINANČNÍ PLÁN

V této kapitole je uveden jednoduchý finanční plán boulder centra Salamander. Ve finančním plánu jsou nastíněny náklady nutné na zahájení celého projektu, způsob financování, plánované náklady a výnosy a výsledek hospodaření na první rok podnikání.

6.7.1 ROZPOČET POTŘEBY STARTOVNÍHO KAPITÁLU

Následující náklady pro start podniku jsou znázorněny v tabulkách a pro přehlednost rozděleny do 4 skupin. Níže uvedena tabulka č.7 zobrazuje výši finančních prostředků, které jsou bezpodmínečně nutné vynaložit na založení společnosti.

Tabulka 7: *Prostředky nutné k založení firmy*

Položka	Kč
Živnostenské listy	2 000
Notářské ověření spol.smlouvy	3 000
Kolek za zápis do OR	5 000
Složení základního kapitálu	200 000
Celkem	210 000

Tabulka č.8 uvádí výši finančních prostředků, nezbytných k pořízení dlouhodobého majetku boulder centra. Detailní rozpis dlouhodobého hmotného majetku je rozepsán v příloze č.1

Tabulka 8: *Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého majetku*

Položka	Kč
Vybavení boulder stěny	1 046 900
Vybavení baru	112 850
Webové stránky	10 000
Celkem	1 169 750

Následující tabulka č. 9 zobrazuje výši finančních prostředků na pokladně, které v rozvaze budeme zahrnovat pod oběžný majetek. Částka „oběžná aktiva“ se skládá ze sumy za zboží pro provozování baru a finanční hotovosti v pokladně. Peníze na pokladně, cca 1 500 Kč, použijeme na drobné na vracení.

Tabulka 9: *Finanční prostředky k nákupu oběžného majetku*

Položka	Kč
Zásoby baru	30 000
Peníze na pokladně	1 500
Celkem	31 500

Tabulka č. 10 zobrazuje výši předpokládaných měsíčních provozních nákladů, které tvoří součet nákladů mzdových a režijních. Mzdové náklady jsou podrobněji rozepsané v kapitole 7.5.2 Otevírací doba a rozvrh činností zaměstnance.

Tabulka 10: *Provozní měsíční náklady*

Položka	Kč
Mzdové náklady	77 720
Marketing	10000(3000)
Energie, voda, topení	4 000
Nájemné	18 000
Pojištění	5 000
Splátka úvěru	20 758
Připojení k internetu	500
Ostatní náklady	1 000
Celkem	136 978

K zahájení podnikatelského záměru založení podniku boulder centra Salamander bude potřeba zhruba 1 550 000 Kč. Viz tabulka 11.

Tabulka 11: *Rozpočet potřeby základního kapitálu*

Položka	částka v Kč
Založení firmy	210 000
Dlouhodobý majetek	1 169 750
Oběžný majetek	31 500
Měsíční náklady	136 978
Celkem	1 548 228

Tato částka bude financována z převážné části bankovním úvěrem, který bude ve výši 1 mil. Kč, se splatností na 5 let a úrokovou mírou 9% p.a. Úvěr bude splácen anuitou ve výši dle tabulky v příloze. Zbylou část bude tvořit vklad obou vlastníků. K překlenutí počátečního nedostatku finančních prostředků se společníci shodli na financování nákladů na prostředky k založení firmy z vlastních zdrojů. Z vlastních zdrojů společníků a prvních zisků budou také financovány náklady a případná ztráta při prvním měsíci podnikání.

Počáteční rozvaha k začátku podniku by tedy mohla vypadat takto:

Tabulka 12: *Počáteční rozvaha*

Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobá aktiva	1 169 150	Vlastní kapitál	548 228
Dlouhodobý hmotný majetek	1 159 750	Vlastní zdroje	348 228
Dlouhodobý nehmotný majetek	10 000	Základní kapitál	200 000
Oběžná aktiva		Cizí zdroje	1 000 000
Zásoby	30 000	Úvěr	1 000 000
Pohledávky	136 978		
Peněžní prostředky	211 500		
Aktiva celkem	1 548 228	Pasiva celkem	1 548 228

6.7.2 PŘEDPOKLÁDANÉ PŘÍJMY PODNIKU

- Tržby za vstupné**

Tržby za vstupné budou představovat významný příjem boulder centra. Jejich výše bude odhadnuta podle průměrné ceny jednoho vstupu * počet dní plného provozu * předpokládaný počet návštěvníků centra za den.

- **Tržby z provozování baru**

Tržby za prodej boulder baru byly vypočteny jako počet dní v provozu * průměrná útrata * průměrný počet zákazníků na baru za den.

Tabulka 13: *Předpokládané příjmy v prvním roce podnikání*

Plánované příjmy v prvním roce podnikání (zbylých 9 měsíců)	Částka v Kč
Tržby za vstupné	715 000
Tržby za produkty baru	1 070 000
Celkem	1 785 000

Podrobněji rozepsané v příloze 4.

6.7.3 PŘEDPOKLÁDANÉ VÝDAJE PODNIKU

Předpokládané náklady v prvním roce, zobrazené v tabulce jsou náklady na následujících 9 měsíců. Náklady na první měsíc jsou započtené do potřeby startovního kapitálu, jelikož je ještě nebude možné financovat z tržeb.

- **Nákup občerstvení baru**

Tato položka vychází z předpokládaných tržeb baru v kapitole 7.2.1 Příjmy podniku.

- **Marketing**

Náklady spojené s propagací boulder centra.

- **Splátka úvěru**

Podrobněji rozepsána ve splátkovém kalendáři v příloze.

- **Mzdy, odvody na zdravotní a sociální pojištění**

Položka je rozepsána v tabulce 5 kalkulace mzdových nákladů.

- **Pojištění odpovědnosti za škodu**

Ve výši 5000Kč měsíčně.

- **Ostatní náklady**

Ostatní náklady spojené s provozováním + připojení k internetu.

Tabulka 14: *Předpokládané výdaje v prvním roce podnikání*

Plánované výdaje v prvním roce podnikání (zbylých 9 měsíců)	Částka v Kč
Mzdové náklady	699 480
Náklady na produkty baru	396 000
Náklady na marketing	12 000
Energie, voda, topení	36 000
Nájemné	162 000
Pojištění	45 000
Splátky úvěru	186 822
Ostatní náklady	13 500
Celkem	1 550 802

Podrobněji rozepsané v příloze 4

6.7.4 OČEKÁVANÝ VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ

Tabulka 15: *Očekávaný výsledek hospodaření*

Položka	Kč / 1 rok
Tržby za prodej zboží	1 070 000
Náklady na zboží	396 000
Obchodní marže	674 000
Tržby za služby	715 000
Náklady na služby	268 500
Přidaná hodnota	1 120 500
Mzdové a splátky úvěru	886 302
Výsledek hospodaření	234 198
Daň z příjmu FO	44 497
VH po zdanění	189 700

Po prvním roce (10 měsíců) podnikání by tedy boulder centrum mělo přinášet zisk po zdanění přibližně 189 700Kč. Naplnění tohoto plánu by boulder centru zajistilo možnosti rozvíjet a rozšiřovat podnik, popřípadě začít s úhradou počátečních investic společníků z vlastních zdrojů. Splnění nebo nenaplnění plánu bude mít pro společníky velký význam při rozhodování o budoucím směřování podniku a jeho provozu v letních měsících.

7.1 HODNOCENÍ RIZIK

Při podnikání je vždy nutno počítat i s riziky, které mohou negativně ovlivnit až znemožnit činnost podniku.

Riziko č.1:	Riziko nízké návštěvnosti
Způsobené následky:	Ušlý zisk, Finanční problémy
Pravděpodobnost:	Vysoká
Opatření ke snížení rizika:	Zvýšení marketingového úsilí, komunikace s klienty a kvality služeb

Riziko č.2:	Finanční problémy
Způsobené následky:	Podnik nebude schopen dostát svým závazkům. Neschopnost splácet úvěr a vyplácet mzdy zaměstnancům.
Pravděpodobnost:	Vysoká
Opatření ke snížení rizika:	Zajištění případné krátkodobé finanční výpomoci

Riziko č.3:	Ztráta významného dodavatele
Způsobené následky:	Nutnost vyhledání nového dodavatele a vyjednání nových podmínek spolupráce
Pravděpodobnost:	Nízká
Opatření ke snížení rizika:	Udržovat si přehled o trhu dodavatelů a cenových nabídek v něm.

Riziko č.4:	Porucha vybavení podniku
Způsobené následky:	V případě stěny i baru nemožnost provozu, nebo provoz omezený. V obou případech poté náklady na opravu, popřípadě pořízení nového vybavení.
Pravděpodobnost:	Nízká
Opatření ke snížení rizika:	Pravidelné kontroly vybavení

Riziko č.5:	Zranění klientů boulder centra
Způsobené následky:	Špatná prezentace podniku, stížnosti od zákazníků.
Pravděpodobnost:	Nízká
Opatření ke snížení rizika:	Podpis bezpečnostního prohlášení o pohybu v prostorách boulder stěny na vlastní nebezpečí.

ZÁVĚR

V bakalářské práci jsme se zabývali tvorbou podkladu pro založení boulder centra Salamander v Liberci.

V první části práce jsme uvedli nejdůležitější teoretické poznatky o založení podniku a vymezili pojem podnikatelský plán a bouldering. Z těchto poznatků z odborné literatury jsme vycházeli při tvorbě podkladu pro založení boulder centra. V oblasti podnikání a marketingu jsme nejvíce čerpali z publikací „Podnikatelský plán“ Václava Korába a „Základy podnikání“ Jitky Srpové. Problematice založení boulder centra se ve své práci „Založení malého podniku-boulder centrum“ věnuje Zuzana Hovorková. Z této osnovy teoretické části jsme poté postupovali při tvorbě podkladu pro zhotovení podnikatelského plánu.

Průzkumem lezeckých center v České republice, který proběhl v říjnu 2013, jsme zjišťovali v jednotlivých krajích počet lezeckých a boulderových center, počet obyvatel na 1m² lezení a vztah boulderingových a lezeckých center. Z těchto údajů vychází Liberecko jako jeden z nejvíce lezecky nakloněných krajů v České republice. Přihlíženo bylo i k faktorům jako je otevírací doba, vstupné a ceny permanentek, ze kterých jsme vycházeli při vlastní tvorbě cen a rozhodování o chodu podniku. Důkladnými analýzami podnikatelského prostředí, obecného okolí a průzkumem lezeckých center v České republice jsme zjišťovali šance boulder centra na uplatnění na trhu volno-časových aktivit. Liberecko je bezpochyby kraj s lezeckou tradicí a poptávka po sportovních aktivitách neustále roste. Současná konkurence v oblasti provozování lezeckých stěn na Liberecku je poměrně veliká a současné stěny mají již vybudovanou širokou základnu zákazníků, o jejichž přízeň se boulder centrum Salamander bude muset ucházet. Konkurence v provozování boulderingových stěn je již menší a v Liberci jde jen o jediného konkurenta, jehož boulderingová stěna není pro potřeby stotisícového města dostačující a mezi lezci není nijak oblíbená. Právě ortodoxní bouldristé budou tvořit kostru klientů boulder centra a jejich nalákání a přízeň bude klíčová pro dobrý rozjezd a následný chod podniku.

Z anketního šetření poté vyplynul největší zájem o boulder centrum z řad studentů vysokých škol, s umístěním v centru města Liberec a maximální cenou za 1 vstup 60Kč. Z řad studentů se také předpokládá zájem o brigádu formou DPČ. Stálým, aktivním lezcům poté bude nabídnuta spolupráce při údržbě a opravách stěny výměnou za permanentky. Nejpreferovanějším časem návštěvy je doba mezi 16-20 hodinou. Snahou boulder centra Salamander bude tedy trénink části těchto lezců přesunout do doby, kdy je boulder stěna

méně vytižena. V oblíbenosti lezeckých stěn stále vedou vysoké stěny, ovšem skoro srovnatelně oblíbené jsou stěny kombinované a zbylých 21% preferuje boulder stěny. Boulder centrum by tedy mělo mít šanci na úspěch. Kvalita a originalita boulder stěny, stejně jako zázemí a atmosféra baru, budou důležité k nalákání lezců z vysokých stěn. Návštěvnost lezeckých center v Liberci potvrdila pozici tří největších konkurentů: Horolezecká stěna Šutr, Lezecká aréna Makak a Lezecká stěna Harcov. Propagační činnost boulder centra Salamander bude probíhat především na internetu a sociálních sítích. Celkem 97% respondentů označilo internet jako svůj informační zdroj.

Výstupem práce je tedy návrh pro vznik boulder centra v centru Liberce v blízkosti Soukenného náměstí. Pro tuto lokalitu hlasovalo 59% dotazovaných respondentů a místo vyniká i svou výbornou dostupností, blízkostí MHD a bezprostřední blízkostí jedné střední a jedné základní školy. V prostorách kolem 350m² je plánována realizace moderní boulder stěny s rozlohou cca 300m² lezení. Jednalo by se tedy o největší boulderingovou stěnu v severních Čechách. Společnost bude založena dvěma společníky formou společnosti s ručením omezeným a na vkladech se oba společníci budou podílet rovným dílem. Zaměstnanců podniku bude 5 osob na DPČ. Počáteční investice potřebná do zahájení projektu boulder centrum Salamander je přibližně 1 550 000Kč. Tato částka bude vynaložena především na výdaje spojené s realizací boulder stěny s chyty, realizací baru a zázemí centra a náklady spojené se založením společnosti. Slavnostní otevření centra je naplánováno na 28.8.2014 a zahájení provozu od 1.9.2014. Po prvních 10 měsících podnikání je očekávaný výsledek hospodaření 189 700Kč po zdanění. Boulder centrum Salamander nebude hlavní zdroj příjmů společníků. Částka se může použít ke splácení prvotních nákladů spojených se založením, nebo na další rozvoj boulder centra. Na společnících také bude rozhodnutí o letním provozu boulder centra a jeho další rozvoj.

Závěry vyvozené v jednotlivých kapitolách podnikatelského plánu dokládají, že podnik má šanci uspět na trhu a stát se oblíbeným místem pro aktivní trávení volného času a pořádání kulturních a soukromých akcí. Podnikatelský plán sám o sobě ovšem úspěch v podnikání nezajistí. Budoucnost boulder centra Salamander bude záviset na snaze a vytrvalé práci společníků, okolnostech trhu a na požadavcích zákazníků.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Adrex - lokality horolezectví - [online] [vid. 29. říjen]. Dostupné z: <http://www.horydoly.cz/horolezci/umele-lezecke-steny.html>

ANTOŠ, Radim, 2012. *Vývoj lezeckých center v ČR a Libereckém kraji do roku 2012*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická, Katedra tělesné výchovy.

Český statistický úřad [online] [vid. 10. listopad 2013]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

HISRICH, Robert D, 1996. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1. vyd. ISBN 80-858-6507-6.

Horolezecká metodika [online] [vid. 30. říjen 2013]. Dostupné z: <http://www.horolezeckametodika.cz/horolezectvi/horolezectvi-a-sport/historie-horolezectvi>

Hory doly [online] [vid. 5. říjen 2013]. Dostupné z: <http://www.horydoly.cz/horolezci/umele-lezecke-steny.html>

HOVORKOVÁ, Zuzana, 2011. *Založení malého podniku - boulder centrum*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Vedoucí diplomové práce prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA

KORÁB, Václav, 2007. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, Vyd. 1. ISBN 978-80-251-1605-0

Lezec - Společnost [online] [vid. 1. listopad 2013]. Dostupné z: <http://www.lezec.cz/osoba.php?xtem=steny&key=82>

Lezecká aréna v Jablonci nad Nisou [online] [vid. 4. listopad 2013]. Dostupné z: <http://lezeckaarena.cz/>

Lezecká stěna Harcov [online] [vid. 4. listopad 2013]. Dostupné z: <http://stenaliberec.cz/>

Makak - umělé lezecké stěny podle data výroby [online] [vid. 10. listopadu 2013]. Dostupné z: <http://www.makak.cz/index.php?cont=steny&sub=rok&stena=58&obr=1>

MARKOVÁ, Hana, 2013. *Daňové zákony: Úplná znění platná k 1.1 2013*. Praha: Grada 1.

vyd. ISBN 978-80-247-4643-2

NOVOTNÝ, Jiří, 2000. *Ekonomika sportu*. Praha: ISV – nakladatelství, 1. vyd. ISBN 80-858-6668-4

RYDVALOVÁ, Petra, 1999. *Drobné podnikání: Učební texty pro bakalářské studium*. Liberec: Technická univerzita, Hospodářská fakulta, Vyd. 1. ISBN 80-708-3325-4.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada 1. vyd. ISBN 978-80-247-3339-5

SYNEK, Miloslav, 2006. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 4. přeprac. a dopl. vyd. ISBN 80-717-9892-4.

SYNKOVÁ, Lenka, 2006. *Bouldering*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sportovních studií, Vedoucí diplomové práce PaedDr. Jan Ondráček Ph.D

Šutr - horolezecké centrum [online] [vid. 7. listopad 2013]. Dostupné z: <http://www.sutr.cz/>

VOMÁČKO, Ladislav a Soňa BOŠTÍKOVÁ, 2008. *Lezení na umělých stěnách*. Praha: Grada, 2., upr. vyd. ISBN 978-80-247-2174-3.

Vše o s.r.o [online] [vid. 4. září 2013]. Dostupné z: <http://www.e-sro.cz/>

WUPPERFELD, Udo, 2003. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, Vyd. 1 ISBN 80-726-1075-9.

ZICH, Robert, 2007. *Strategický management*. [online] [vid. 10. září]. Dostupné z [www:<http://vzdelavani.esfp.cz/results/results_02/edumat_rep/STM/STM_Pext.pdf>](http://vzdelavani.esfp.cz/results/results_02/edumat_rep/STM/STM_Pext.pdf)

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha číslo 1: Hmotný majetek společnosti

Příloha číslo 2: Splátkový kalendář

Příloha číslo 3: Anketa

Příloha číslo 4: Plán předpokládaných příjmů a výdajů

Příloha číslo 5: Seznam lezeckých center podrobených průzkumu

Příloha 1: Hmotný majetek podniku

Vybavení prostoru pro boulder	ks	Kč / ks	Cena v Kč
Boulderová stěna s chyty	1	1 000 000	1 000 000
Doskoková žíněnka	1	40 000	40 000
Posilovací panely	2	1 500	3 000
Hrazda	1	1 000	1 000
Posilovací síť	1	1 000	1 000
Slackline	1	1 500	1 500
Lavička	1	400	400
Vybavení prostoru baru			
Bar	1	10 000	10 000
Stoly pro 6 osob	5	2 000	10 000
Židle	30	300	9 000
Barové židle	4	350	1 400
Sklenice 0,5l	35	100	3 500
sklenice 0,3l	25	80	2 000
Sklenice na víno	30	20	600
Hrnky na kávu	30	25	750
Počítač + software	1	7 000	7 000
Šatní skříňky	20	1 500	30 000
Lednice	1	8 000	8 000
Kávovar	1	15 000	15 000
Projektor	1	10 000	10 000
Stolní hry	5	120	600
Zbylé vybavení baru	1	5 000	5 000
Celkem			1 159 750

Příloha 2: Splátkový kalendář

rok	měsíc	počáteční hodnota	úrok	úmor	konečná hodnota
1	1	1 000 000	7 500	13 258	986 742
1	2	986 742	7 401	13 358	973 384
1	3	973 384	7 300	13 458	959 926
1	4	959 926	7 199	13 559	946 367
1	5	946 367	7 098	13 661	932 706
1	6	932 706	6 995	13 763	918 943
1	7	918 943	6 892	13 866	905 077
1	8	905 077	6 788	13 970	891 107
1	9	891 107	6 683	14 075	877 032
1	10	877 032	6 578	14 181	862 851
1	11	862 851	6 471	14 287	848 564
1	12	848 564	6 364	14 394	834 170
2	1	834 170	6 256	14 502	819 668
2	2	819 668	6 148	14 611	805 057
2	3	805 057	6 038	14 720	790 337
2	4	790 337	5 928	14 831	775 506
2	5	775 506	5 816	14 942	760 564
2	6	760 564	5 704	15 054	745 510
2	7	745 510	5 591	15 167	730 343
2	8	730 343	5 478	15 281	715 062
2	9	715 062	5 363	15 395	699 666
2	10	699 666	5 247	15 511	684 156
2	11	684 156	5 131	15 627	668 528
2	12	668 528	5 014	15 744	652 784
3	1	652 784	4 896	15 862	636 921
3	2	636 921	4 777	15 981	620 940
3	3	620 940	4 657	16 101	604 839
3	4	604 839	4 536	16 222	588 617
3	5	588 617	4 415	16 344	572 273
3	6	572 273	4 292	16 466	555 807
3	7	555 807	4 169	16 590	539 217
3	8	539 217	4 044	16 714	522 503
3	9	522 503	3 919	16 840	505 663
3	10	505 663	3 792	16 966	488 697
3	11	488 697	3 665	17 093	471 604
3	12	471 604	3 537	17 221	454 383
4	1	454 383	3 408	17 350	437 032
4	2	437 032	3 278	17 481	419 552
4	3	419 552	3 147	17 612	401 940
4	4	401 940	3 015	17 744	384 196
4	5	384 196	2 881	17 877	366 319
4	6	366 319	2 747	18 011	348 308
4	7	348 308	2 612	18 146	330 162
4	8	330 162	2 476	18 282	311 880
4	9	311 880	2 339	18 419	293 461
4	10	293 461	2 201	18 557	274 903
4	11	274 903	2 062	18 697	256 207
4	12	256 207	1 922	18 837	237 370
5	1	237 370	1 780	18 978	218 392
5	2	218 392	1 638	19 120	199 271
5	3	199 271	1 495	19 264	180 008
5	4	180 008	1 350	19 408	160 599
5	5	160 599	1 204	19 554	141 046
5	6	141 046	1 058	19 701	121 345
5	7	121 345	910	19 848	101 497
5	8	101 497	761	19 997	81 500
5	9	81 500	611	20 147	61 352
5	10	61 352	460	20 298	41 054
5	11	41 054	308	20 450	20 604
5	12	20 604	155	20 604	0

Příloha 3: Anketa

1. Pohlaví

- ☐ Muž
- ☐ Žena

2. Věk

- ☐ Do 15 ti let
- ☐ 15-25 let
- ☐ 25-40 let
- ☐ 40 a více let

3. Stav

- ☐ Pracující
- ☐ Student

4. Využíval(a) byste služeb boulder centera (lezecká stěna, boulder bar)

- ☐ Ano
- ☐ Ne

Na další otázky prosím odpovězte, pokud Vaší předešlou odpovědí bylo ANO.

5. Jak často chodíte trénovat na umělou stěnu?

- ☐ 1 krát za 14 dní a méně
- ☐ 1 krát týdně
- ☐ 2 krát týdně
- ☐ 3 a vícekrát týdně

6. Dáváte přednost lezení na vysokých stěnách s lanem nebo boulderingu?

- ☐ Vysoké stěny
- ☐ Bouldering
- ☐ Kombinace obou

7. Jakou cenu byste byl(a) ochotný(á) maximálně zaplatit za vstup na boulder stěnu?

- ☐ 40Kč
- ☐ 60 Kč
- ☐ 80 Kč
- ☐ 100 Kč
- ☐ 120 Kč

8. Jaké informační zdroj nejčastěji používáte?

- ☐ Internet
- ☐ Rádio
- ☐ Tisk

9. Jakou denní dobu preferujete k tréninku?

☐ 10-12

☐ 12-16

☐ 16-20

☐ 20-22

10. V jaké části Liberce byste preferoval(a), aby bylo boulder centrum umístěno?

☐ Centrum

☐ Vysokoškolské koleje Harcov

☐ Jiná část města

11. Které stěny navštěvujete v Liberci a okolí?

Příloha 4: Plán předpokládaných příjmů a výdajů

Plán příjmů a výdajů	2014										Celkem
	říjen	listopad	prosinec	leden	únor	březen	duben	květen	červen		
Položka / měsíc											
Náklady na oběžný majetek	30 000	35 000	40 000	45 000	50 000	57 000	54 000	45 000	40 000	396 000	
Náklady na marketing	3 000	3 000						3 000	3 000	12 000	
Nájemné	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	162 000	
Energie, voda, topení	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	36 000	
Mzdové náklady	77 720	77 720	77 720	77 720	77 720	77 720	77 720	77 720	77 720	699 480	
Pojštění	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	45 000	
Splátka úvěru	20 758	20 758	20 758	20 758	20 758	20 758	20 758	20 758	20 758	186 822	
Ostatní náklady	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	13 500	
Výdaje celkem	159 978	164 978	166 978	171 978	176 978	183 978	180 978	174 978	169 978	-1 550 802	
Tržby za vstupné	56 000	77 000	85 000	94 000	90 000	96 000	88 000	71 000	58 000	715 000	
Tržby za produkty baru	89 000	96 000	119 000	127 000	138 000	154 000	117 000	112 000	118 000	1 070 000	
Příjmy celkem	145 000	173 000	204 000	221 000	228 000	250 000	205 000	183 000	176 000	1 785 000	
Rozdíl příjmů a výdajů	-14 978	8 022	37 022	49 022	51 022	66 022	24 022	8 022	6 022	234 198	

Příloha 5: Seznam lezeckých center podrobených průzkumu

Liberecký kraj:

Míšenky:

Šutr Horolezecké centrum – S – 1290m², B - 140m² <http://www.sutr.cz>

Lezecká Aréna Makak – S – 2000m², B - 230m² boulder <http://www.Lezeckaarena.cz>

Bouldery:

Boulder Bar Stráž pod Ralskem – 130m²

<http://www.facebook.com/BoulderBarStrazPodRalskem>

Vysoké stěny:

TSC Turnov – 200m² <http://www.tscturnov.cz>

Lezecká stěna Nový Bor - 300m² <http://www.horskyspolek.eu>

ZŠ Hejnice – 150m² <http://www.Horohejnice.webzdarma.cz>

Lezecká stěna Harcov – 490m² <http://www.tul.ktv.cz>

Outdoor:

stěna Petra - 110m² http://www.horohejnice.webzdarma.cz/stena_p.htm

Zlínský kraj:

Míšenky:

Lezecká stěna Rožnov – S - 165m², B - 35m² <http://stenaroznov.valachnet.cz/>

Bouldery:

ZŠ Šafaříkova – 40m² <http://www.zssafarikova.cz/lezecka-stena>

Vysoké stěny:

Vertikon singing rock Zlín – 900m² <http://www.vertikon-singingrock.cz/>

Horolezecká stěna Holešov – 80m²

http://www.horolezcirum05.wz.cz/stena/horo_stena.htm

kraj Vysočina:

Bouldery:

Havlíčkův Brod ZŠ Wolkerova – 100m² 30m² <http://www.roadoutdoor.com>

Vysoké stěny:

Areál sportu Bystřice n.P – 298m² <http://www.arealsportu.cz>

Sokolovna TJ Sokol Ledec nad Sázavou - 60m² 12 <http://www.sokolledec.cz>
<http://stenaledec.mypage.cz/>

Wall street Tendon, Jihlava – 500m² <http://www.lezecke-centrum-jihlava.cz>

Lezecká stěna TJ Alpin Třebíč – 160m² <http://www.tjalpin.unas.cz/stena/stena.htm>

Karlovarský kraj:

Bouldery:

Sportcentrum Imperiál – 60m² <http://www.sportcentrum-imperial.cz>

Lezecká stěna Crux – 130m² <http://www.stenacrux.cz/>

Vysoké stěny:

Lezecká stěna Karlovy Vary – 550m² <http://kvstena.cz/>

Lezecká stěna Mariánské lázně – 100m² <http://marianskelazne-cz-dev.temp10.imagic.cz/cs/lezecka-stena/>

Plzeňský kraj:

Míšenky:

Horolezecká stěna – Koloseum –S – 310m², B - 140m² Plzeň <http://sport-plzen.cz/>

Bouldery:

Lezecká stěna BALVANBOULDER - 80m² <http://airpoint.cz/boulder>

RocknWall – 200m² <http://www.rocknwall.cz>

Vysoké stěny:

Lezecká stěna Hannah-TJ Lokomotiva Plzeň – 900m² <http://www.tjloko-plzen.cz>

Outdoor:

Škoda sport park – 250m² <http://www.skodasportpark.cz/sportoviste/lezecka-vez/>

Ústecký kraj:

Míšenky:

Hudy – Lezecká stěna – S – 1750m², B - 85m² <http://www.hudysteny.cz>

Bouldery:

Lezecká stěna YMCA – 30m² <http://usti.ymca.cz/stena/lezeckecentrum/>

Boulderbar Flamendr - 60m² <http://boulder-bar-flamender.webnode.cz/>

Vysoké stěny:

Sportovní hala PF UJEP –120m² <http://pfhala.ujep.cz/>

Lezecká stěna Bělá – 280m² <http://www.stenabela.cz>

Klub Dubina – 100m² <http://www.voda-kamarad.cz>

Středočeský kraj:

Míšenky:

Outdoorcentrum Kladno – S -1000m² ,B - 170m² <http://www.stenakladno.cz/>

Bouldery:

Fit Studio Jitka – 200m² <http://www.fitstudiojitka.cz>

Vysoké stěny:

Kladno – 80m² <http://www.hokok-kladno.wz.cz>

Mšeno – 175m² <http://www.mestomseno.cz/index.php?cmd=page&id=2408&lang=cs>

TJ Lokomotiva Beroun – 300m² <http://hoberoun.cz>

Lezecká stěna Nymburk – 80m² <http://stena.nymburk.com/>

Outdoor:

Kladno – 400m² <http://www.hokok-kladno.wz.cz>

Lezecká stěna Kralupy - 65m² <https://www.facebook.com/pages/Lezeck%C3%A1-st%C4%9Bna-Kralupy/159250650810607>

Olomoucký kraj:

Míšenky:

Lezecké centrum u Pajka, Olomouc – S -180m², B - 60m²boulder

<http://www.lezecke-centrum.cz/>

Lezecká stěna Lezecké Javorník – S – 143m², B - 16m² <http://www.horychleby.cz>

Bouldery:

Boulder Base camp – 150m² <http://www.bcprerov.cz/boulder>

Vysoké stěny:

ZŠ Heyrovského, Olomouc – 90m² <http://www.kho.cz>

Gymnázium Jiřího Wolkera, Prostějov – 200m² <http://www.lezenipv.wz.cz/>

Umělá horolezecká stěna Dr.Horáka, Prostějov – 210m² <http://adrenalin.er.cz>

Gymnázium jeseník – 80m² <http://www.hojesenik.cz>

Jihočeský kraj:

Míšenky:

Stěna Lanovka – S – 700m², B - 100m² <http://www.stenalanovka.cz>

LezeTop – S – 1500m², B - 150m² boulder <http://www.stenapisek.cz>

Bouldery:

Masacre room - 40m² <http://www.pavouk.wz.cz/lez.php>

Boulder Klub Pentagon – 100m² <http://www.boulderpentagon.com>

Outdoor:

Stěna Lanovka – 250m² <http://www.stenalanovka.cz>

Pardubický:

Bouldery:

Gekon boulderbar – 160m² <http://gekon-boulderbar.cz/>

Vysoké stěny:

H-Centrum – 300m² <http://www.hcentrum.net>

Lezecká stěna Polička – 270m² <http://climbingwall.sweb.cz/>

Na Střelnici – Svitavy – 280m² <http://www.sportes.svitavy.cz>

Umělá stěna choceň-ZŠ Sv.Čecha 130m² <http://horoklub.mesto-chocen.cz/>

Horolezecká stěna Lanškroun – 250m² <http://www.stena-lanskroun.cz>

ZŠ Horní Čermná – 85m² <http://www.horoklubcermna.estranky.cz>

Gymcentrum – 140m² <http://www.gymcentrum.cz>

Hosport - 80m² <http://www.hosport.cz>

Outdoor:

Venkovní lezecká stěna ZŠ Habrmanova – 120m²

<http://www.ceskotrebovstihorolezci.estranky.cz>

Královehradecký kraj:

Míšenky:

Lezecká stěna Hradec Králové – S - 600m², B - 200m² boulder <http://www.stenahk.cz>

Horolezecká stěna Sobotka – S – 990m², B - 100m²

<http://www.horolezeckastenasobotka.cz/>

Horolezecká a boulderová stěna Černožice – S - 250m² , B - 250m² bouldering

Bouldery:

Bouldering jicin – 50m² <http://www.boulderingjicin.cz/>

Vysoké stěny:

Lezecká stěna Hořice – 200m² <http://www.hohohorice.cz>

Umělá horolezecká stěna Jíčín-ZŠ Poděbrady 300m² <http://www.lkp.cz>

ZŠ Strž Dvůr Králové - 200m² <http://www.hodk.vector.cz>

Lezecká stěna Police nad Metují 150m² <http://hkostas.cz/>

Horolezecká stěna Vrchlabí – MANGO – 160m²

<https://www.facebook.com/pages/Horolezeck%C3%A1-st%C4%9Bna-Vrchlab%C3%AD-MANGO/100343296755881?fref=ts>

Moravsko Slezský kraj:

Míšenky:

Příbor – S – 60m², B - 20m², boulder <http://www.hopribor.cz>

Eilass – S - 400m², B - 25 <http://www.scarpa.cz/stena/>

Bouldery:

GEKON bouldering - lezecká stěna 55m² <https://www.facebook.com/stena.gekon>

Tendom blok, Ostrava – 220m² www.blokcentrum.cz

Vysoké stěny:

Horostěna HD Impuls – 80m² <https://www.facebook.com/HorolezeckaStenaImpuls>

Opava – Atlas – 170m² <http://atlas.opava.cz/>, <http://www.horoskola.net>

Havířov gymnázium Lutyně - 80m² <http://www.gym-orlova.cz/index.php?site=wall.htm>

CDU sport - 250m² <http://www.cdusport.cz>

Outdoor:

Tendom blok, Ostrava – 250m² www.blokcentrum.cz

Jihomoravský kraj:

Mísenky:

Horolezecká stěna Břeclav – S – 280m² , B - 25 <http://www.palavskyvesak.cz>

L.S.D. - Lezecká Stěna Dufek – S – 530m² , B - 40m² <http://www.lezeni.cz>

Lezecká stěna Rajče – S – 550m², B - 25m² <http://www.rajce.cz>

Bouldery:

Flash boulder bar Brno – 300m² <http://www.flashbb.cz>

Free sport Brno - 130m² <http://www.freesport-kounicova.cz>

Boulder centrum VUT v Brně – 280m² <http://www.cesa.vutbr.cz>

Kotelna Brno 80m² <http://www.kotelnabrno.cz/>

Vysoké stěny:

Lezecké centrum Klajda – 1000m² <http://www.klajda.cz>

Lezecká stěna SPL Pustiměř - 400m² <http://www.pustimer.eu>

Lezecká stěna Alpinic Znojmo - 380m² <http://www.alpinic.cz>

Outdoor:

Lezecké centrum Klajda-Olympia – 1450m² <http://www.klajda.cz>

Praha:

Míšenky:

Adrenaline Pit – S-350m² , B-35 m² <http://www.adrenalinepit.cz/>

Big Wall – S-3000m², B-300 m² <http://www.big-wall.cz/>

Cibulka Squash park – S-500m² , B-80m² <http://www.squashpark.cz/>

Free Solo – S-1000m², B-120m² <http://www.freesolo.cz/>

Lezecké centrum Mammút – S-1600 m², B-150m² <http://www.stenaholesovice.cz>

Ruzyně – S-650m², B-47m² <http://www.stena-ruzyne.com>

Bouldery:

Boulder Bar – 300m² <http://www.boulder.cz>

Boulder v Síti – 260m² <http://www.bouldervsiti.cz/>

Lokal Blok – 500m² <http://www.lokalblok.cz/>

Prostor Letňany – 120m² <http://www.prostorletnany.cz>

Extrém Plus - 300m² <http://extreplus.webpark.cz/>

Vysoké stěny:

Sportovní Hala Radotín – 200m² <http://www.halaradotin.cz/>

Sportovní centrum evropská FTVS UK – 200m² <http://www.sportcentrumevropska.cz>

Týnská stěna - 265m² <http://www.tynskastena.cz/>

SC Palmovka – 700m² <http://www.scpalmovka.cz/>

Lezecké centrum Tendom Smíchoff – 2000m² <http://www.lezeckecentrum.cz>

Outdoor:

Cibulka Squash park – S-200m², B-25m² <http://www.squashpark.cz/>

Free Solo – S-200m², B-450m² <http://www.freesolo.cz/>

Ruzyně – S-500m² <http://www.stena-ruzyne.com>

Venkovní umělá lezecká stěna ČVÚT – S-95m² <http://www.suz.cvut.cz/lsteny.html>